

تم الرفع من موقع بحر الانساب

[WWW.BAHR-ANSAB.COM](http://WWW.BAHR-ANSAB.COM)

للإتصال

BAHRA-ANSAB@hotmail.com

hassouni2@gmail.com

hassouni63@yahoo.com

info@bahr-ansab.com

مقدمة :

إن العلاقات العامة عملية إتصالية تعتمد عليها مؤسسة في بناء علاقاتها الإجتماعية و الإقتصادية و السياسية و خاصة مع التطورات التكنولوجية الواسعة التي عرفت في القرن الحادي و العشرون العلاقات العامة هي عبارة عن جهود شخصية مقابل إثراء مؤسسة بمعلومات و جذب الجمهور و حيث يمارسها أشخاص متخصصين بالمجال في مختلف المنظمات .

إن موضوع واقع العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية يدرس حالة العلاقات العامة و فعاليتها داخل هذا النوع من المؤسسات و معاملاتها الخارجية و كيفية ممارسة نشاطها الذي هو موكل لها فهي تعتبر عملية ضرورية في توفير جو ملائم داخل المؤسسة ، و إضف إلى ذلك فإنها تساعد على تحسين و تحفيز أداء العاملين داخل المؤسسة لإنجاح ماتههدف إليه المؤسسة و كذلك

تسعى إلى تحقيق أهداف المؤسسة بطريقة موضوعية تحافظ على علاقاتها بالأفراد و المجتمع عامة .

و للإلمام بأهم جوانب هذا الموضوع فقد جزأنا الموضوع إلى ثلاث فصول حيث يتضمن الفصل الأول ماهية العلاقات العامة و ينقسم إلى ثلاثة مباحث ، المبحث الأول مفهوم عام و شامل عن العلاقات العامة أما المبحث الثاني يحتوي على كيفية تخطيط العلاقات العامة و الثالث فقد ضم إدارة الموارد البشرية للمؤسسات .

و قد جاء الفصل الثاني يتناول العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية و يتكون من مبحثين إثنين : الأول حول مفهوم المؤسسات الإعلامية بصفة عامة و المبحث الثاني يحتوي على دور العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية .

أما الفصل الثالث فقد ارتأينا فيه بأن نقوم بدراسة تطبيقية عن حالة جهاز العلاقات العامة بالمؤسسات الإعلامية و قد اخترنا إذاعة الجزائر حيث ينتهي البحث بدراسة مكانة العلاقات العامة و نشاطها في الإذاعة و في الأخير تمت مناقشة النتائج و بعدها الخاتمة ثم التوصيات .

الأسباب الذاتية :

الميل و الرغبة في الإطلاع أكثر و التوسع في هذا المفهوم الذي أصبح ضرورة لا غنى عنها في نجاح سير المؤسسة .

معرفة معنى العلاقات العامة و مكنتها في المؤسسة و لماذا لجأت المؤسسات إليه دون استخدام غيرها من النماذج كالتسويق و الإعلام .

التعرف إن كان من الضروري وجود قسم علاقات عامة في مؤسسة إعلامية أو أنه بإمكان هذه الأخيرة الإستغناء عنها في تأدية وظائفها .

معرفة من المستفيد الأكبر لهذا المجال هل المنظمة أم عمال المنظمة .

التعرف إن كانت العلاقات العامة مكملة للأداء الوظيفي للمؤسسة أم أنها وظيفة منفردة عن إدارة المؤسسة .

معرفة إن كانت مهمة العلاقات العامة مزدوجة بين المؤسسة و المجتمع .

التعرف على هدف العلاقات العامة هل هو رعاية الروابط الإنسانية السليمة أما أن هناك سبب خلفي هو كسب ود تضامن و التفاهم مع المؤسسة .

التعرف إن كانت هناك تغيرات حديثة بالنسبة للمنظمة و المؤسسة .  
الأسباب الموضوعية

و يمكن تلخيص الأسباب الموضوعية وراء تطرقنا لهذا الموضوع في النقاط الآتية :

ندرة الدراسات حول هذا الموضوع .

تجاهل دور الذي يلعبه هذا النشاط في المؤسسات و ز عدم الإهتمام به من قبل الإدارة العليا للمؤسسة .

تضارب الآراء و اختلافها في دور العلاقات العامة بالمؤسسات .

إن معظم الدراسات لم تتطرق إلى دراسة العلاقات العامة في المجال الإعلامي .

## أهداف الدراسة :

كما نهدف من خلال هذه الدراسة إلى إبراز ضرورة هذا النشاط  
الفعال في المؤسسات و بالأخص المؤسسات الإعلامية التي تسعى  
جاهدا إلى إرضاء الجمهور .

نسعى من خلال دراستنا هذه إلى الوقوف على واقع نشاط العلاقات  
العامة للمؤسسات الإعلامية .

إثبات إ، فن العلاقات العامة يجعل من المنظمة شخصية مقبولة أمام  
الجماعة .

## الإشكالية :

إن المؤسسة الإعلامية ذات نظام متعدد المجالات نمت و تطورت  
داخل المجتمع منذ تكتل المجتمعات وتطورها و هذه المؤسسات  
تزداد بروزا حتى أصبحت ضمن نظام حياة الفرد كالتعليم و التقليد  
.

و في ظل التطور التطور العلمي و التكنولوجي السريع الـ  
عرفه العصر الراهن بدأ الإهتمام بها عن طريق قواعدها و  
الخدمات التي تقدمها خاصة جهاز العلاقات العامة داخل المؤسسة  
لأنه الجهاز الرابط بين المؤسسة و الجمهور الداخلي و الخارجي  
و لتحقيق غايتها بواسطة التعامل معها فقد تبلور في ذاكرتنا  
إشكالية للموضوع بالتساؤل الآتي :

كيف تشارك العلاقات العامة في فعالية الإدارة بالمؤسسات عامة و  
الإعلامية خاصة ؟

و لكي نصل للإجابة عن هذا الإشكال وفك لغزه مررنا بالتساؤلات  
التالية : ماهية العلاقات العامة ؟

هل العلاقات العامة تؤثر على المؤسسات أم أنها شيء زائد في المؤسسة.

هل العلاقات العامة إستراتيجية خاصة بالمؤسسات الإعلامية

هل العلاقات العامة طريق لكسب تأييد الجماهير و تعاطفه مع المنظمة أو المؤسسة تابعة لها .

فرضيات :

وانطلاقاً من بعض الفرضيات حول موضوع بحثنا و التي هي تتمثل في :

العلاقات العامة هي نشاط إداري تقوم به المنظمة أو المؤسسة و تختلف أهميتها باختلاف أنواع المنظمات متغير مستقل

من أدوار العلاقات العامة السعي إلى تكوين صورة ذهنية طيبة عن المنظمة و المؤسسة.

العلاقات العامة بالمؤسسات الإعلامية شأنها شأن العلاقات العامة بمختلف المؤسسات

للعلاقات العامة إستراتيجية متطورة بالمؤسسات الإعلامية ، متغير تابع .

ضبط المصطلحات :

التخطيط الإستراتيجي : هو عملية إتخاذ القرارات فيما يتعلق بأهداف مشروعة و استخدام الموارد و تطبيق سياسات من أجل تحقيق الأهداف المرسومة .

التخطيطي التكتيكي : هو نوع من التخطيط يركز على التخطيط لمستقبل القريب في حدود سنة عادة و على العمليات اليومية و

تخصيص الموارد لهذه العمليات و بصفة عامة فإن التخطيط التكتيكي يختص بالوسائل أكثر منه بالأهداف إذا ما قورن بالتخطيط الإستراتيجي<sup>1</sup>

السياسات : السياسة كما قال أفلاطون فعل للسائس و هو يقتضي إنفعالا من ال مساس حتى يتميز و يصير به معنى<sup>2</sup>

المؤسسات : مفردها مؤسسة هي شركة و منظمة أسست من أجل غاية علمية إقتصادية إجتماعية سياسية ، و تعرف بأنها وحدة انتاجية تجمع فيها العناصر البشرية و المادية للقيام بعمل ما<sup>3</sup> .

و المؤسسة واقع يعرفه الجميع و يتعامل معه و هي مجموعة من الأفراد يعملون معا لإنجاز هدف أو أهداف مشتركة<sup>4</sup> .

إعلامية : مفردها إعلام مصدر أعلم و هو أعم من الإلهام<sup>5</sup>

و قد عرفها العالم الألماني إتوجورت معبرا عنه بإيجاز فقد أعطاه معنى شامل " و هو أنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير و روحها و ميولها و اتجاهاتها في نفس الوقت " <sup>6</sup>

الدراسات السابقة :

---

<sup>1</sup> بشير عباس العلاق ، المعجم الشامل مصطلحات العلوم الإدارية المحاسبية التمويل و المصاريف دار الجماهيرية ليبيا ط<sup>1</sup> ص ص 521 512

<sup>2</sup> سميح غنيم ، موسوعة المصطلحات العلوم السياسية و الإجتماعية في اللغة العربية و الإسلامية مكتبة لبنان ناشرون ( ب ط ) ص 91 .

<sup>3</sup> جبران مسعود الرائد ، معجم ألف بائي في اللغة العربية و الإعلام ، ط<sup>1</sup> ، فيفري 2003 .

<sup>4</sup> حسن إبراهيم بلوط ، مبادئ و الإتجاهات الحديثة في ادارة المؤسسات ، دار النهضة بيروت ، ط<sup>1</sup> 2005 ص ص ( 17-18 )

<sup>5</sup> بطرس البستاني ، محيطا لمحيط

<sup>6</sup> محي الدين عبد الحليم ، الإعلام الإسلامي تطبيقات علمية ، مكتبة الخناجي ، القاهرة ، ط<sup>1</sup> ، السنة 1984 ص 18 .

هناك دراسات حول العلاقات العامة و دورها في تفعيل نشاط المنظمة دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة أدرار نموذجاً .

و تقوم هذه الدراسة على دراسة العلاقات العامة بالمؤسسات المالية و الاقتصادية كما تهتم كيفية معاملة جهاز العلاقات العامة بجمهور البنك و تهتم بدور العلاقات العامة بترقية نشاط المنظمة و أهميته بها

كما قامت بدراسة رأي الجماهير الذين يتعاملون مع البنك الجزائري و بيئته التي يتمتع بها .

و اهتمت بدراسة عملية الإتصال التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة التي يتعرض لها في مسارها و مكانة الإتصال بالنسبة لها .

إما الدراسة التي بين أيدينا فتتميز عن سابقتها في المجال حيث نقوم بدراسة حالة جهاز العلاقات العامة دورها في المؤسسات الإعلامية و هي تختص بمجال واحد و هو ما يدعى بالسلطة الرابعة أو الإعلام .

حيث تقوم بإبراز مكانة العلاقات العامة في هذا النوع من المؤسسات التي لها عدة مجالات في المجتمع إجتماعية اقتصادية و سياسية .

الصعوبات :

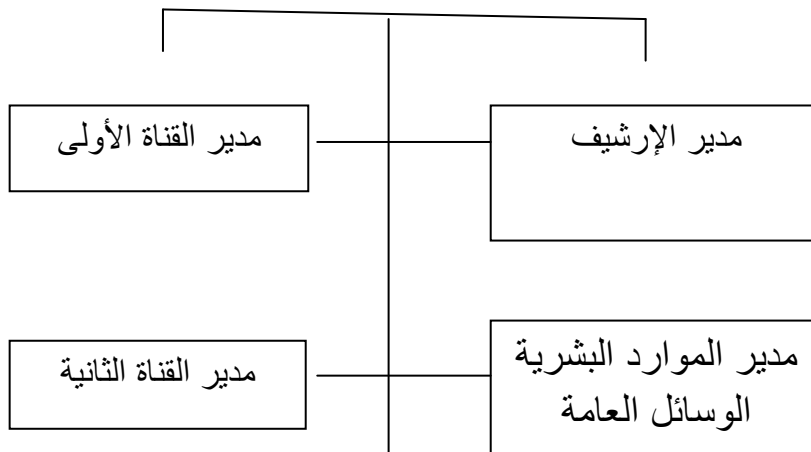
و لابد على كل باحث يسعى من أجل تحقيق و إثبات النتائج المرجوة من خلال دراسته لبحوثه العلمية إلا بتخطي العقبات التي تعرقه في مساره البحثي و بما أنه لا يمكن إجراء بحث من دون

صعوبات و عراقيل فقد واجهتنا في دراستنا هذه عدة صعوبات منها :

كثرة الكتب في مجال العلاقات العامة و تشابه المعلومات مع قلة الدراسات المتناولة في المجال الإعلامي ل صعوبة الحصول على المعلومات اللازمة لإستخدامها في البحث .

كما تعثرنا في الدراسة الميدانية و التي تضم دراسة حالة جهاز العلاقات العامة بإذاعة من الإذاعات الوطنية

### المديرية العامة



المدير العام  
المساعد

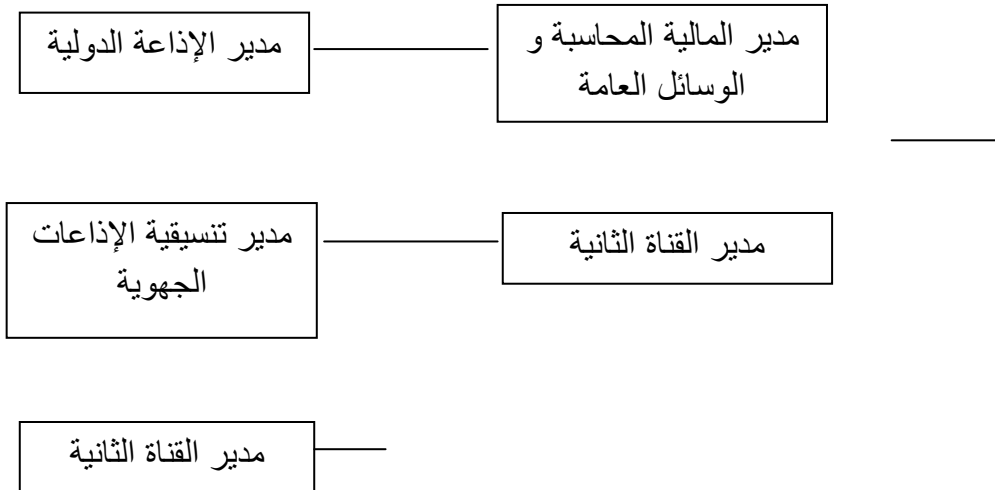
7 مساعدين :

-الأمن الوقائي

- الشؤون القانونية الأخلاقية

المهنة الدراسات و





## الشكل رقم 5 - 1

### مدخل

تمثل العلاقات العامة موضوعا جديرا بالبحث و الدراسة و ذلك لما لها من أهمية في حياة المجتمعات و التنظيمات الحديثة من خلال الدور التثري الفعال الذي تلعبه في المؤسسة و الذي ازداد تطورا مع ثورة الاتصالات و التكنولوجيا الحديثة بما أمكن في توظيف ذلك الفن و العلم بما يسهم في إعلاء شأن المؤسسات و سداد جهودها الاتصالية و تزداد الحاجة إلى دراسة العلاقات العامة مع ذلك الجدل الذي ثار حول الأصول النظرية لهذا العلم مما جعل البعض ينسبه إلى علم الاجتماع تارة و إل علوم الاتصال و الإدارة أو الاقتصاد تارة أخرى مما أدى إلى بعض التشويش الذي ساد هذا العلم تطبيقا و مفهوما و بالرغم من أهمية العلاقات العامة كمفهوم يشوبه اللبس و كتطبيق ينقصه الدقة و الفعالية<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نور الدين توتي ، مفس المرجع ص ص 156 ، 157 .

<sup>2</sup> شوان علي ، العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق .

و لولا التطورات الديمقراطية و تنوع المذاهب السياسية و الاجتماعية للشعوب و هزائم الاستعمار المتلاحقة في أنحاء العالم و الاعتراف بقيمة الإنسان و احترام شخصيته وهذا ما أدى إلى زيادة الاهتمام بالعلاقات العامة ومكنها من التطور كعلم ووظيفة راسخة الأصول و الممارسات في مختلف المجالات لذا كان إدخال العلاقات العامة في برامج إعداد الأخصائيين أمر طبيعيا لمواجهة النقص الذي تعانيه المؤسسات من ناحية و لإفادة الأخصائيين بمعارف و معلومات معها يمكن أن تسهم في زيادة عملهم مع المجتمعات المختلفة من ناحية أخرى .

و من منطلق أن الوظيفة الأساسية لأي مجتمع كنظام اجتماعي هي إشباع احتياجاته وحل مشكلاته التي تواجهه عن طريق المنظمات الموجودة به وتقديم العديد من النشاطات المتمثلة في برامج الرعاية الاجتماعية و تأدية خدمات للمواطنين التي يحتاجون إليها في ظل السياسة القومية و الخطة العامة للدولة ،فإن تلك المنظمات سواء كانت تعمل على أساس دافع تحقيق الربح أو تقديم خدمة عامة للجمهور ، فكفاءة الإدارة و اعتمادها على الأسس و الأساليب العلمية هي الركيزة الأولى في إحراز تقدم في شتى المجالات . وتعتبر العلاقات العامة أحد أهم مجالات الإدارة التي ظهرت و حققت قبولا متزايدا ، ويرجع ذلك إلى تعاظم الرأي العام و كسب ثقته و تأييد الجماهير في نجاح أي منظمة بصرف النظر عن نشاطها ، ورغم ذلك إلا إنها لم تحقق تقدما كبيرا في إطارها النظري . وليس الحال بأفضل في الممارسة و التطبيق في تلك المنظمات ، و ذلك سواء في شكل إختيار و تدريب الموارد البشرية العامة بها و المخصصات المادية التي تدعم بها .<sup>1</sup>

كما تعتبر العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية تتمتع برونقة وجاذبية متميزة لدى المتخصصين و العامة على السواء ولدت بمولد الإنسان و فرضت نفسها على مستوى تعامل الأفراد فيما بينهم أو المؤسسات أو المشروعات الخاصة و العامة ، ومع أن العلاقات العامة لابد و أن تتطور بتطور المجتمعات فإن ذلك لا يتعارض مع الحقيقة الثابتة و هي أن العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية لابد أن توجد في كل مجتمع نتيجة الاحتكاك الاجتماعي بين أفراد و منظماته و هيئاته.<sup>1</sup>

## الفصل لأول ماهية العلاقات العامة

### مقدمة الفصل الأول :

لقد تعددت مفاهيم العلاقات العامة فالإنسان في حياته و تعامله مع الآخرين يقوم بعمليات مختلفة للوصول إلى هدف معين كذلك العمل بالنسبة للعلاقات العامة فقد اختلفت مفاهيمها و

استخدامها في المؤسسات ، ومن أجل نجاح مهمتها التي تسعى إلى تحقيقها بالنظر إلى الأهداف التي سطرته سابقا فقد اختلف المفكرون في إعطاء تعريف للعلاقات العامة وتطورا دقيقا كما اختلفوا في أهدافها إلا أنهم اتحدوا في كسب ثقة الجمهور واختلفوا كذلك في الوظائف الموكلة للعلاقات العامة . ومن أجل وصول مهنة العلاقات العامة إلى مبتغاها لابد لها من تنظيم وتخطيط محكم و ذلك لضمان السير الحسن للمؤسسة و هنا يمكننا أن نتساءل و نقول فيما تتمثل العلاقات العامة و ما طبيعتها ؟

**الفصل لأول: ماهية العلاقات العامة**

**المبحث الأول : مفهوم العلاقات العامة**

## المطلب الأول: تعريفها

تعددت واختلفت مفاهيم العلاقات العامة بتعدد و إختلاف وجهات نظر الباحثين و الممارسين ، وقبل التعرض لوجهات النظر هذه نحاول أن نحلل هذا المصطلح فالعلاقات العامة كما يظهر تتكون من مصطلحين :

علاقات ، عامة .

**علاقات :** تعني حصلة الصلات و الاتصالات التي تتوفر بين هيئة و الجماهير المتعاملة معها و باعتبارها هكذا فهي ذات اتجاهين و لها طرفين يتحكما في هذه الصفات بحيث يتوفر قيامها على وجودهما .

**عامة :** يقصد بها بأنها تشمل عموم و كافة الجماهير المختلفة التي يتصل عملها و ارتبط مصالحها و نشاطها بالهيئة<sup>1</sup> تنتقل بعد ذلك إلى مجموعة من التعاريف المحدودة للعلاقات العامة بهدف إلقاء مزيد من الضوء على التطور الذي طرأ على مفهومها بالإضافة إلى أن دراسة نماذج مختلفة من التعريفات يساعدنا على الإلمام بوجهات النظر المتعددة و الاهتمامات التي ينصب عليها التركيز ، وهذا يؤدي في النهاية إلى التوصل إلى مفهوم واضح و شامل للعلاقات العامة الأمريكية العلاقات العامة أنها : " نشاط أي هيئة أو حكومة أو أي منشئة أخرى في بناء و تدعيم علاقات سليمة بينها و بين فئة من الجمهور كالعملاء . أو الموظفين . أو المساهمين . أو الجمهور بوجه عام ، فالعلاقات العامة من وجهة

<sup>1</sup> حمدي عبد الحارث البخشوني : العلاقات العامة في الدول النامية ، المكتبة الجامعية ، الإسكندرية ، 2000، ص 30.

نظر الجمعية لا تقتصر فقط على علاقات المنظمة بجماهيرها الخارجية بل تمتد لتشمل علاقات مع الجماهير الداخلية.<sup>1</sup>

أما معهد العلاقات العامة فقد أكد على أنها: " عبارة عن الجهد التخطيطي و المتواصل لإنشاء و المحافظة على السمعة الطيبة و الفهم المتبادل بين المنظمة و جمهورها " <sup>2</sup>

و في التعريف المفصل الذي قامت به الحكومة الفرنسية علم 1964 .

و الذي نشر في الجريدة الرسمية للحكومة الفرنسية في نوفمبر 1964 و الذي انطلقت فيه من واجبات ممارس العلاقات العامة حيث أكدت أنه " تتمثل واجبات ممارس العلاقات العامة سواء كان من العاملين بالمنشأة أو مستشارا خارجا مستقلا في إسداء النصح و المشورة إلى المشاة ، و توظيف خدمات لخلق علاقات عامة طيبة قائمة على أساس الثقة المتبادلة مع الجماهير و استمرارها ، و تزويد الجمهور بالمعلومات الخاصة لإنجاز المنشأة بكل المتغيرات المؤثرة في أنشطتها ، كما يمكن أن تشمل هذه الواجبات أيضا علاقة المنشأة بالعاملين ، و يعتبر ممارسة العلاقات العامة مسؤولا عن تنفيذ السياسة المقترحة و قياس النتائج .

و انطلق البعض في تعريفه على أن العلاقات العامة فلسفة أمثال كانفليد " canflied " الذي يقول بأن العلاقات العامة هي " فلسفة الإدارة و وظيفتها معبرا عنها بالسياسة و الأعمال التي تخدم مصالح الجمهور و الإتصال به لضمان الفهم و السمعة الحسنة " <sup>3</sup>

<sup>1</sup> طلعتنال ، الحارث البخشوني ، العلاقات العامة الدول النامية ، الكتبة الجامعية ، الإسكندرية ، 200 ، ص 30 .

<sup>2</sup> حسن جبلي ، مبادئ في العلاقات العامة ، منشورات عويدان ، بيروت ، ط 1 ، 1980 ص 26 .

<sup>3</sup> عبد السلام أبو قح ، المرجع نفسه ، ص 21

و في عام 1978 وافق الاجتماع الدولي لجمعية العلاقات العامة على أن العلاقات العامة هي " فن ، وعلم الاجتماع لتحليل الاتجاهات و توقع نتائجها ، ونصح و إرشاد قادة المنظمات ، وتطبيق برامج تنفيذية مخططة و التي سوف تخدم كل من المنظمة و المصلحة العامة ، إذ تفيد كل من كلمتي (فن) و ( علم الاجتماع ) في توضيح التوتر بين المستمر بين فهم العلاقات العامة كأداة اتصالية تطبيقية تستند إلى العلم و قابلة للقياس ، و كوجدان لكثير من الممارسين حول أوجه العمل الأكثر انطلاقا و الأكثر إبداعا .<sup>1</sup>

وهي أيضا عبارة عن الجهد التخطيطي و المتواصل لإنشاء و المحافظة على السمعة الطيبة و الفهم المتبادل بين المنظمة و جمهورها ، هذا التعريف يفرض علينا الوقوف على الكلمات الأساسية مثل : (التخطيطي ) إذ أن العلاقات العامة ليست آلية او بالا جهود ، و كلمة (المتواصل ) تشير إلى أن العلاقات العامة تنشأ في توقيت محدد فهي ليست سلسلة من الأحداث غير المترابطة ، كما يلاحظ من خلال التعريف أن الهدف من العلاقات العامة ليس في الشعبية و لكن في السمعة الطيبة و الفهم حيث يعتقد الكثيرون أن العلاقات العامة مجرد ترويج لأحدى المنظمات ، في حين أن معظم عمل العلاقات العامة يتضمن التأكد من أن الجماهير لديها رؤية صحيحة عن المنظمة حتى إذا كانوا لا يحبون ما تفعله . كما يعرض التعريف كلمة (جماهير ) أي أن العلاقات العامة ليست معنية بالتعامل مع الجمهور كما يعتقد أن غالبية الناس بل في حقيقة الأمر لا يوجد شيء اسمه ( الجمهور ) إنما هناك بدلا من ذلك

<sup>1</sup> اليسون فيكر ، ترجمة عبد الحكيم ، أحمد الخزامي ، دليل العلاقات العامة ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، 2004 ، ص 10

مجموعات عديدة مختلفة من الناس ليس فقط العملاء و لكن  
الموردين - المساهمون - العاملون و الهيئات بمختلف أشكالها .<sup>1</sup>

عرفها أيضا بيرنز بأنها تلك العملية التي يتم من خلالها تقديم  
معلومات اقناعية للجمهور بهدف تشكيل و تعديل الأفعال و  
الاتجاهات الخاصة بالمؤسسة عن طريق التأثير الإقناعي و  
الإتصال بالجمهور الداخلي و الخارجي<sup>2</sup>

كما قال هارلو harlo بأنها وظيفة إدارية متميزة تساعد على خلق  
و بناء ودعم و بقاء الإتصال الفعال و الفهم المتبادل و الموافقة و  
التعاون المشترك بين المنشأة و جماهيرها الداخلية و الخارجية ،  
و تعمل على مواجهة و حل المشكلات التي تواجه الإدارة و إمدادها  
ببيان مستمر من المعلومات و البيانات مما يجعلها متجاوبة مع  
الرأي العام و تحدد و تؤكد مسؤولية الإدارة تجاه اهتمامات  
الجماهير ، و تساعد على أن تواكب التغيير و تستفيد منها بكفاءة.

كما تستخدم العلاقات العامة أيضا كنظام تنبؤ يساعد على التفكير  
بالتعرف على الاتجاهات وتوقعها، وتستخدم في سبيل ذلك بحوث  
وأساليب وطرق ووسائل اتصال لتحقيق هذه المهمات الأساسية<sup>3</sup>

كما جاء في تعريف قاموس ويبستر webster بأن العلاقات العامة  
هي " تنشيط العملية الاتصالية و خلق ثقة بين شخص و منظمة أو  
مشروع أو أشخاص آخرين من خلال ستر المعلومات التي تفسر و

<sup>1</sup> أليسون فيكر ، ترجمة عبد الحكيم أحمد الخزاني ، المرجع السابق ، ص 11.

<sup>2</sup> شذوان علي شبيبة ، العلاقات العامة بين النظري و التطبيق ، الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ص 23 المرجع السابق نفسه

<sup>3</sup> عبد السلام أبو قحف : المرجع السابق نفسه ، ص 23



وتشرح و تنمي العلاقات المتبادلة و تدرس ردود الأفعال و تقومها" <sup>1</sup>

و من خلال التعريفات السابقة يمكننا أن نصيغ تعريفا للعلاقات العامة من وجهة نظرنا حيث يمكن القول أنها " علم و فن يقوم باستخدام الإتصال بأساليبه ووسائله بين المنظمة و جمهورها الداخلي و كذا الخارجي ، فيقوم على الثقة المتبادلة بغرض تحقيق نجاح أهداف المنظمة في ضوء ما رسمتها من خطط و سياسات " .

### المطلب الثاني : نشأة و تطور العلاقات العامة .

كما كان هناك اختلاف للآراء في مفهوم العلاقات العامة فإن هناك كذلك تضارب و خلاف في تطور و نشأة العلاقات العامة فمن المفكرين من يرى أن العلاقات العامة حديثة النشأة و ظهرت في أعقاب الحرب العالمية الثانية.

و منهم من يرى ان العلاقات العامة فن قديم قدم الإنسان البشري و أنه كلما يزداد تعقدا كلما توسعت و كبرت المجتمعات و تشابكت مصالحها و علاقاتها و لهذا فقد ارتأى بعض المفكرين أن العلاقات العامة تطورت و تبلورت عبر عدة عصور من الزمن حيث سعى الإنسان بالكد و الجد لتوطيد علاقاته وهاته العصور تتمثل فيما يلي:

**العصور البدائية :** كان يعمل رئيس القبيلة على تماسك و تعاون شعبه كما كان يستغل المناسبات لإعلام عن قراراته و توجهاته باستعمال أصحاب البيان و طلاقه اللغوي لتفسيرها ومن هنا يمكن أن نقول أن العلاقات العامة وجدت كمهنة عند الشعوب البدائية فالقائم بالعلاقات العامة عندهم لا يختلف عن الخبير في العلاقات

<sup>1</sup> عبد السلام أبو قحف : المرجع السابق نفسه ، ص 20

العامة الحديثة إلا في استخدام الأدوات فبينما كان البدائي يستعمل اتجاهات الرأي بالإحساس المبهم فإن الخبير حديثاً يستعمل طرق قياس الرأي بالاستفتاء واستخدام البدائي الرقص و قرع الطبول كوسيلة لنشر المعلومات فإن الخبير استخدم الصحف وكل وسائل الإعلام لنشر المعلومات<sup>1</sup> و في العصور القديمة كذلك كانت الحضارات بمختلف أنواعها لها تاريخ حافل في هذا الفن ،قصد توسع حضاراتهم باستخدام المفكرين و الخطباء . و كان الفراعنة يشيدون الأهرامات بقصد توطيد العلاقات بين سلالتهم .

**العصور الوسطى :** لقد كان الإنسان في عصر الجاهلية يعاني من الاضطهاد إذ لم تكن هناك علاقة تفاهم بين الجاهليين إلا أن الإسلام كانت له أدلة تطبيقية و ممارسات حضارية متقدمة تشير إلى فهم العلاقات العامة مثل بناء المساجد و ممارسة شعائر الإسلامي و هو توطيد للعلاقة مع الله و توطيد العلاقات بين المسلمين أنفسهم<sup>2</sup>

**العصر الحديث :** ظهرت العلاقات العامة كمصطلح بمعناه الحديث وقد استخدم لأول مرة في القرن 19 م من طرف دورمان ايتون من مدرسة بيل للقانون في خطاب ألقاه سنة 1882 بعنوان العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية وقد أصبح مصطلحا مألوفاً في العشرينات عندما استخدم بير نز عبارة مستشار العلاقات العامة مرادفا لعبارة السكريتير الصحي و قبل الحرب

<sup>1</sup> عبد المجيد محمود صالح ، جلال بن عبد الخالق ، السيد رمضان . العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية إيسكندرية ، دار المعرفة الجامعية 2004 ،ص: 13

<sup>2</sup> عبد السلام أبو قحف ، المرجع السابق نفسه ،ص: 7

العالمية الثانية أصبح مصطلحا وطيدا وراسخا في إدارات الأعمال الأمريكية.<sup>1</sup>

و قد اختلف المفكرون في نقطة عبارة مستشار العلاقات العامة فمنهم أدلى بأن بيرنز هو أول مستخدم له ومنهم من يقول أنه VYLEE هو أول مستخدم لمستشار العلاقات العامة و مستخدمها كنشاط و قد كانت الانطلاقة الجادة لهذا النشاط من هنا فمن أبرز الأسباب التي أدت إلى بروز و تطور العلاقات العامة و اتساع نشاطها تتمثل كالتالي :

1 - التطور التكنولوجي : فقد أدت إلى إدخال المجتمعات رغما عن أنفها إلى مرحلة جديدة تميزت بـ :

- أ- الانفتاح العالمي و بروز ظاهرة العالمية
- ب- التخصص المهني و الوظيفي و الإقتصادي .
- ج - ظهور المنظمات الضخمة على مستويين القطاع الخاص
- د- ثورة الاتصالات.<sup>2</sup>

2 - تعاظم دور الرأي العام : ساء كان الرأي العام الداخلي أو الخارجي

3 - بروز علم الإدارة: كعلم مستقل و متميز و بروز وظيفة اتصالية كأهم الوظائف الإدارية<sup>3</sup>

<sup>1</sup> غريب عبد السميع : الإتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر - الإسكندرية . مؤسسة شباب الجامعة ، ص 37

<sup>2</sup> عبد المعطي محمد عساف، محمد فاتح صالح : اسس العلاقات العامة ، عمان : دار الحامد ، سنة 2004 ص

<sup>3</sup> عبد المعطي محمد عساف، محمد فاتح صالح، المرجع السابق نفسه . ص :

كما يجزم البعض أن النشأة الأصلية لهذا الفن تعود إلى مجال العلاقات الإعلامية و هذا هو السبب في استخدام كلا من المصطلحين بشكل متكرر و قابل للتبادل خاصة من قبل الصحفيين

و في الحقيقة أن ممارسي العلاقات العامة كانوا يعملون في وكالات صحافة او وكلاء دعاية و إعلان و الذين كان هدفهم الأساسية هو تحقيق التغطية الصحفية و لم يكن مسموحا للحقيقة في ذلك الوقت أن تصل إلى الجمهور و لا زال الوكلاء الصحفيون يتصرفون بنفس الأسلوب إلى يومنا هذا و من بينهم maxchiffar و الذي كانوا يعرفونه بصورة خاطئة لدى وسائل إعلام و بأنه " المرشد الروحي للعلاقات العامة و بالرغم من نمو وتطور هذا الفن أصبح اهتمامه لا ينحصر في القضايا الأوسع الخاصة بالإدارة الإستراتيجية بل قد تطور بأسلوب أكثر خلقا و ذي علاقة تفاعلية مع وسائل الإعلام<sup>1</sup>.

### **المطلب الثالث : أهداف العلاقات العامة .**

لقد تعددت أهداف العلاقات العامة مع الأخذ بالاعتبار أن أهداف العلاقات العامة لا تختلف في جوهرها من منطقة لأخرى مهما اختلفت طبيعة أنشطة هذه المنظمات و بغض النظر عن طبيعة ملكيتها كما يمثل الهدف الرئيسي للعلاقات العامة في تحقيق الفهم المشترك و الثقة المتبادلة بين المنظمة و الأطراف المتعاملة معها داخليا و خارجيا<sup>2</sup> كما أنه يمكن تقسيم أهداف العلاقات العامة إلى قسمين هما :

### **3- أهداف متعلقة بالجمهور الداخلي :**

<sup>1</sup> اليسون فيكر ، ترجمة عبد الحكيم ، أحمد الخزامي ، المرجع السابق نفسه . ص :

<sup>2</sup> عبد السلام أبو قحف ، المرجع السابق نفسه ، ص:26

زراع الثقة و التفاهم المتبادل بين المنظمة و الجمهور الداخلي  
كما تسعى العلاقات العامة إلى القيام بالأعمال المتنوعة التي تقوم  
بها الإدارة الأخرى . مساعدتها عليها فهي تقوم بتشجيع الإتصال  
بين المستويات العليا في الإدارة و المستويات الدنيا .

تهدف العلاقات العامة إلى زيادة الكفاءة الإنتاجية بتوفير العامل  
المادي و المعنوي و الرفع من نسبة الفوائد التي تعود على  
أصحاب المنظمة أو الشركة و عمالها و الجماعات التي نعمل فيها<sup>1</sup>  
وتسعى العلاقات العامة إلى تحقيق السمعة الطيبة للمنظمة و  
المكانة المميزة بين المنظمات .

ترويج و توضيح كافة سياسات و خطط و توجيه المنظمة و تحديد  
دور العاملين في إنجازهم لهذه السياسات .

توجيه و إرشاد و مشورة الإدارة العليا بشأن القضايا و المواقف  
التي تواجه المنظمة أو مناقشة سياسات و خططها الحلية و  
المستقبلية فضلا عن تقديم المعلومات و البيانات الخاصة  
بالجمهور الخارجي و الذي له علاقة بممارسة المنظمة لنشاطها و  
تحقيق أهدافها<sup>2</sup>

**الأهداف المتعلقة بال جماهير الخارجية سواء كانت مؤسسات أو  
البشر:**

تحسين الصورة أو السمعة الذهنية لدى الجماهير عن المنظمة و  
ذلك من خلال التقديم الجيد للمنشآت و للجميع من ساهم في شرح  
سياسة و أهداف هذه المنظمة

<sup>1</sup> حسن عبد الحميد أحمد رشوان . العلاقات العامة و الأحلام من منظور علم الإجتماع ، الإسكندرية ، المكتبة الجامعية الحديثة ، ط 4  
، 2003 ، ص: 143

<sup>2</sup> عبد السلام أبو قحف ، المرجع السابق نفسه ، ص 26

استقطاب الكفاءات البشرية المتميزة و المناسبة للعمل بالمنظمة  
توفير المعلومات للإدارة عن الجماهير و أطراف التعامل مع  
المنظمة

شرح دور المنظمة في خدمة البيئة و المواطنين بصفة عامة  
و كذلك تهدف العلاقات العامة من الجانب الخارجي إلى إقامة  
علاقة ودية مع المساهمين الذين تنحصر إهتماماتهم في تأمين  
استثماراتهم و الواقفين على أحداث تطور و مشروعات توسعية  
جديدة .

وكما تهدف العلاقات العامة إلى إنشاء صلات طيبة بين المستهلكين  
و المؤسسة<sup>1</sup> .

## المبحث الثاني : العلاقات العامة و التخطيط لها

### المطلب الأول : طبيعة العلاقات العامة

لقد تفاوتت الآراء في طبيعة العلاقات العامة و هذا وفقا للتعاريف  
التي سبقت فهناك من يرى أنها فن محض يعتمد على الخبرة و  
التجارب السابقة في الإصابة و الخطأ للوصول إلى الأهداف  
المرجوة كما أن هناك آخرون يرونها على أنها فن مضبوطة  
بقواعد علمية يدرس بالجامعات و المعاهد و كان من بين هؤلاء

<sup>1</sup> عبد السلام أبو القحف ، المرجع السابق ، ص26 .

الذين يجزمون بفنية العلاقات العامة أدوارد بينز في تعريفه للعلاقات العامة بأنها فن التعامل مع جمهور الناس أما الذين اعتبروا ها علم و فن فيقودهم هارلو وبلاكي harlou et blaki حيث عرفا العلاقات العامة على أنها الفن و العلم الذي يهتم بالوسائل المعقدة التي تتعلق بالأفراد و علاقاتهم بالمنظمات و مع غيرهم من الناس .

وهناك من يضيف إلى كونها علم و فن و بأنها ذات إتجاه عقلي و فلسفة عامة تحرص على التمسك بها في السلوك و تعاملها لتضمن تحقيق التفاهم و الثقة المتبادلة مع الجمهور ومع المنظمات الأخرى<sup>1</sup>.

و نظرا لكل الاختلافات التي تدور حول العلاقات العامة فإنه يمكن إدراك نظرة عامة مفادها أن لكل ظاهرة من الظواهر التي يتم تأكيدها بوجود علمها دون أن ينظر إذ تم اكتشاف قواعد و مبادئ هذا العلم أو لم يتم فإذا تم اكتشاف هذه القواعد فإن ذلك يفرض علينا التحدي و المزيد من البحث حتى نتمكن من الوصول إليها و ذلك مع ملاحظة درجة الدقة في قواعد و مبادئ العلوم الطبيعية أكثر بكثير من دقة القواعد في العلوم الاجتماعية و الإنسانية و العلاقات العامة كعلم<sup>2</sup>.

أما طبيعة العلاقات العامة كمهنة في المؤسسات الإعلامية فإنها تبنى مثلها مثل المنظمات الأخرى في تفاعلها و توجيهها العلمي و تعاونها الدائم و يمكن تلخيص توقعات وسائل الإعلام و رغباتهم فيما يلي :

<sup>1</sup> مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس ، لعروسي محمد صديق ، عزوي الزهرة ، علاوة عبدة ، إشراف الاستاذ بن عبد الفتاح ، العلاقات العامة و دورها في تفعيل نشاط المنظمة ، حالة البنك الوطني الجزائري وكالة ادرار ، 256 لسنة 2004 .

<sup>2</sup> محمد فالح صالح ، عبد المعطي عساف ، نفس المرجع السابق . ص

1. الاستجابة بسرعة و بأمانة لأي استفسارات من جانب ممثلي وسائل الإعلام .
2. الإلتزام بالمواعيد المحددة في إرسال النشرات و الأحداث إلى وسائل الإعلام .
3. توفير التسهيلات اللازمة و التعاون مع ممثلي وسائل الإعلام أثناء تواجدهم في مكان العمل و أثناء تأكدهم من الأحداث باتصالهم مع منشأة .
4. المعادلة في التعامل مع مختلف وسائل الإعلام دائما فلا يجوز التعاون مع صحيفة دون أخرى .
5. الاستماع إلى مقترحات و آراء رجال الصحافة و الإعلام و الحل السريع لأي شكاوى ترد منهم<sup>1</sup>.

## المطلب الثاني وظائف العلاقات العامة

لقد تعددت الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة حيث أن وظيفة العلاقات العامة هي الاستجابة لمتطلبات و احتياجات الجماهير للمحافظة على استقرار و حل ما قد يواجه المنظمات من مشكلات و عقبات كما تتحدد وظائف العلاقات العامة وفقا لطبيعة النموذج الذي يتبعه التنظيم حيث تتمثل هذه الوظائف في خمس وظائف أساسية هي :

1. البحث : تقوم العلاقات العامة في هذه الوظيفة بجمع المعلومات و تحليلها و دراسة الرأي العام و اتجاهاته لمختلف الجماهير المنظمة للتعرف عن آرائهم و اتجاهاتهم حتى يتمكن من الحصول على الحقائق الصحية في الشركات و الوزارات و تدرس كذلك التطورات المستمرة التي تحدث

<sup>1</sup> منال طلعت محمود . العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق ، الإسكندرية المكتب الجامعي الجديد ، بدون طبعة ، سنة 2002 ص



في المجال الإقتصادي و الإجتماعي و السياسي و تقوم بتلخيص جميع المسائل التي تهتم بالإدارة العليا .

**2. التخطيط :** حيث يقوم هذا الجهاز برسم السياسة العامة للمنظمة و البرامج الخاصة به و خط في إطار السياسة العامة للمنظمة و خططها المتعلقة بالبحوث و الدراسات التي يقوم بها من تحديد الأهداف و الجماهير المستهدفة و تصميم البرامج الإعلامية من حيث الوقت و توزيع اختصاصات الخبراء مما يساعد على إدخال تعديلات على السياسة العامة للمنظمة

**3. التنفيذ :** و هنا تبدأ العلاقات العامة بممارسة التخطيط المتبع و باختيار وسائل الإعلام المناسبة لكل متن جمهور و جهاز العلاقات العامة <sup>1</sup> فيقدم الخدمات لسائر الإدارات لأداء وظائفها فهي بهذه الطريقة تسهل إنشاء علاقات طيبة بين الجماهير الداخلية و الخارجية و هذه الوظيفة تقوم بها الإدارة و تنفذها .

**4. التنسيق :** حيث تعمل العلاقات العامة على الإتصال بالمسؤولين في داخل و خارج المنظمات فيقوم الخبراء على الإتصال بالمديرين لتقديم توصيات و الاتصال بقيادة الرأي لكسب التأييد <sup>2</sup> و يقوم قسم العلاقات العامة بربط خط العلاقات العامة مع الخطط الأخرى و برمجة أنشطتها لمنع التداخل و الإزدواجية و التعارض كما تنسق فعاليات المتابعة و المراقبة لبرامجها في اطار مراقبة البرامج الأخرى <sup>3</sup> .

<sup>1</sup> عبد المحي محمود صالح ، جلال الدين عبد الخالق ، السيد رمضان ، الإسكندرية ، دارالمعرفة الجامعية ، 2004 ، ص 46 - 47 .

<sup>2</sup> حسن عبد الحميد، أحمد رشوان ، المرجع السابق نفسه : ص 148 - 149 .

<sup>3</sup> محمود يوسف ، حنان جنيدي ، علي السيد إبراهيم عجوة ، إدارة و تخطيط العلاقات العامة، القاهرة ، 2000، ص 31 .

5- **التقويم :** و يقصد به قياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة و القيام بالإجراءات الصحيحة لضمان فعالية البرامج و تحقيقها لأهدافها<sup>1</sup>.

ويمكن النظر إلى وظائف العلاقات العامة من وجهة نظر أخرى حيث حدد في دوائر ثلاث رئيسية هي :

### 1- وظائف تتعلق بالجماهير النوعية و تشمل :

أ- تعريف الجماهير النوعية بالمؤسسات و انتاجها أو خدماتها بلغة سهلة وواضحة لكسب تأييد الجماهير إلى جانب المؤسسة و نشاطها ، و التي تتضمن شرح رسالة المنظمة و أهدافها للجماهير .

ب- تعريف الجماهير بسياسة المنظمة ، و ما يحدث فيها من تعديلات و تغيرات و العمل على إقناعه بها حتى يقبلها ويتعاون معها<sup>2</sup>

ج - مساعدة الجماهير على تمكين أفكار سليمة عن المؤسسة عن طريق تزويدها بالمعلومات الصادقة و الكاملة حتى يبين رأيها على أساس هذه الحقائق .

د- العمل على تهيئة جو صالح في المنظمة بين جماهيرها الداخلية و الخارجية بحيث يتضمن ذلك تقريب وجهة النظر بين الإدارة و العاملين ، وتكوين علاقات إيجابية بين العاملين بعضهم ببعض .

### 2 - وظائف تتعلق بإدارة المؤسسة و تشمل :

<sup>1</sup> حسن عبد الحميد ، أحمد رشوان ، المرجع السابق نفسه : ص 151.

<sup>2</sup> عبد المحي محمود صالح ، جلال الدين عبد الخالق ، السيد رمضان ، العلاقات العامة و الاعلام في الخدمة الاجتماعية ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، 2004 ، ص 48 .

- أ- بحث و تحليل و عرض الموضوعات المختلفة التي تهم الإدارة العليا خاصة نتائج بحوث قياسا برأي العام أو تنشره الصحف أو ما يتردد من موضوعات حول نشاط الهيئة .
- ب- تعمل العلاقات العامة على تنسيق العمل بين الإدارات المختلفة حتى يتحقق الانسجام بين هذه الإدارات و بينها و بين جماهيرها

ج - تقوم العلاقات العامة بتقديم المشورة العلمية لأعضاء مجلس الإدارة و لجميع المسؤولين عن التخطيط السياسة العامة و رسم أهداف المؤسسة :

### **3 - وظائف تتعلق بالمؤسسة كوحدة عمل و تشمل :**

- أ- تزويد المؤسسة بكافة المعلومات و البيانات التي تعبر عن اتجاهات الرأي العام نحوها و كذلك التطور و التغيرات التي تحدث في الرأي العام .
- ب- حماية المؤسسة من كل هجوم تتعرض له بسبب نشر أخبار غير صحيحة عنها أو تزويج شائعات تؤثر في سمعتها .
- ج - التأكد من أن سياسة المؤسسة و أهدافها و نشاطها تجد الإهتمام الكافي من جانب جماهيرها المختلفة .
- و من خلال كلا وجهتي النظر يتبين لنا أن وظائف العلاقات العامة تتحدد في دراسة الرأي العام و معرفة اتجاهاته . وتحليل هذه الاتجاهات ، باستعمال الأساليب العلمية و الإحصائية و تقديم تقارير دقيقة عن الهيئة أو المؤسسة و بناء على هذه المعلومات يمكن لهذه الهيئة رسم سياستها العامة التي تدير عليها و تحديد

أهدافها ووضع خططها و برامجها بما يتناسب مع اتجاهات الجماهير<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث : التخطيط للعلاقات العامة .

يقول نابليون بونابرت عن الخطة " أن الخطة هي الدعامة الأساسية للفوز في المعركة و أن من واجبات القائد دراسة كل تحرك وتحليله قبل القيام به إما بالاعتماد على المحاولات التكتيكية التي لا يجمعها هدف واحد لا ينجم عنه سوى الفشل و الانحدار ."

إن هذه المقولة متعلقة بصفة وثيقة بالحرب فيمكن كذلك أن تنطوي أيضا على ميادين العلاقات العامة حيث انتهى العصر الذي كانت فيه العلاقات العامة مجرد إصدار لنشر و إذاعة للبرامج دون ربط بينها ودون خطة توجه جهودها نحو هدف واحد مشترك ،وأن كان التخطيط هو مرحلة التفكير المنظمة و التي تسبق التنفيذ لتحديد ما هو مطلوب بالوصول إليه و بأي أساليب يتم ذلك و بواسطة من و ما الفترة الزمنية الكافية لذلك و قد تكون طويلة و تدعى بالتخطيط الإستراتيجي و قد تكون متوسطة و يطلق عليها التخطيط التكتيكي أو قصير و تعني التخطيط التنفيذي و المقصود بتخطيط العلاقات العامة على أنه نشاط أساسي يقوم بوضع منهج سليم للعلاقات العامة الداخلية و الخارجية و من أجل كسب ثقة الجمهور و مواجهة المشكلات التي تعاني منها المنظمات<sup>2</sup>

و أن وضع خطة العلاقات العامة يعتبر أمرا صعبا و يعود ذلك إلى طبيعة الخطة و التي تفترض قياس حاجات و اتجاهات و أنماط تفكير الجمهور التي تتميز بالتغيير و التقلب السريع فإن خطط

<sup>1</sup> عبد المحي محمود صالح ، جلال الدين عبد الخالق ، السيد رمضان ، المرجع السابق ص 48 - 49 .

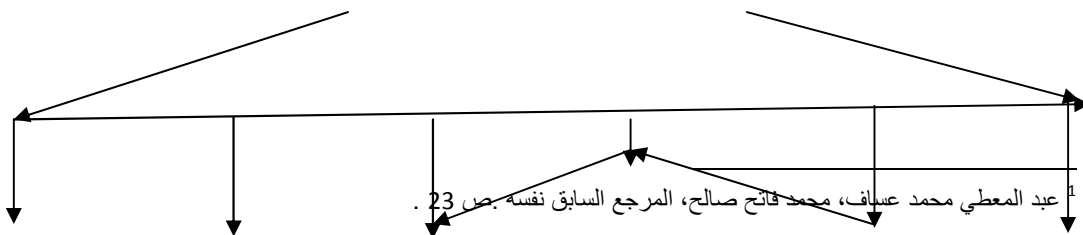
<sup>2</sup> محمد العزاوي أحمد أبو إدريس ، العلاقات العامة المعاصرة و فعالية الإدارة ، جامعة الزقازيق ، مصر . 2003 ، ص 157 .

العلاقات العامة تختلف من مؤسسة إلى أخرى فنظرا لهذه الاختلافات إلا أن إدارة العلاقات العامة مطالبة بوضع الخطط الزمنية لنشاطها و مروراً بعدة مراحل هي :<sup>1</sup>

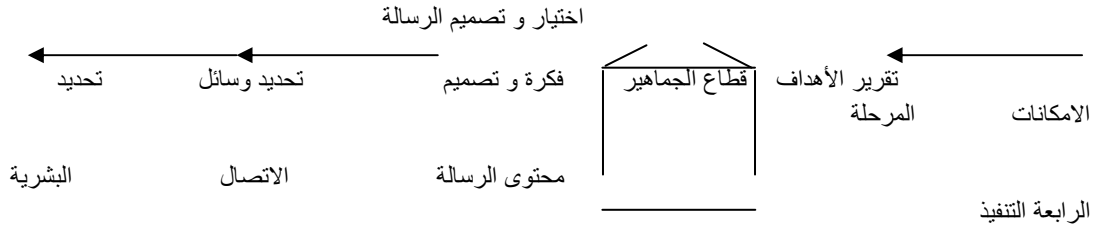
**المرحلة الأولى :** هي المعرفة العامة و الشاملة بالمؤسسة و منتجاتها و سياسة و مشكلاتها وفيما يتعلق بالمعرفة فمن الضروري إعداد دراسة واقعية للمنظمة و ذلك بان يلم مسؤول العلاقات العامة بالمعلومات المتمثلة في نشأة و تطور و تنظيم و فلسفة و سياسة الممارسات الإدارية و إيجابياتها و سلبياتها و النظام الداخلي و الإمكانيات المادية و البشرية للمؤسسة حيث يسجلها المسؤول بأسلوب مناسب حتى يتمكن من توجيهها للجماهير المعنية في شكل رسائل مقبولة لكسب رضاهم كما تسعى إدارة العلاقات العامة إلى بذل جهد لعقد ندوات مفتوحة تكفل الإتصال المباشر بقدر الإمكان .

**المرحلة الثانية :** هي الدراسة أو البحث أي القيام بتعميم المعلومات السابقة التي سبقت الإشارة إليها و التعرف على ردود الفعل للأهداف و السياسات و المنتجات و تحديد مشكلة المؤسسة و ما دور العلاقات العامة المنتظر و ما الأولويات اللازمة في معالجة هذه المشكلة .

**المرحلة الثالثة :** و تتضمن هذه المرحلة مجموعة من الخطوات تتمثل في الشكل التوضيحي التالي :<sup>2</sup>



<sup>2</sup> غريب عبد السميع ، نفس المرجع السابق ، ص ، 146



## الشكل (1)

والآن سنوضح ما احتوى عليه الشكل رقم 1 من مشتملات هذه المرحلة في خطوات :

1. **تحديد الأهداف :** فعلى إدارة العلاقات العامة أن تبدأ بتحديد أهدافها مع مراعاة الإمكانيات المادية و البشرية كما أنه لا بد من تحديد الهدف كما ونوعا و زمانا و مكانا و تكلفة و أن إشكالية وضع الأهداف طويلة أجل أو قصيرة أو متوسطة و هي مسؤولية كافة مدراء المؤسسة بتحديد ما يريدون من إدارة العلاقات العامة لخدمة نشاطهم و يبرمجها في صورة أهداف لوحداتهم ثم إعلام إدارة العلاقات العامة بها .
2. **الاتصال بالجمهور :** تعرف إدارة العلاقات العامة على شعور و رغبات الجمهور كيفما كان نوعه و ذلك بإقامة أبحاث و دراسات، حيث ان معرفة رغبات جمهور المؤسسة هو الأساس الذي تقام عليه كافة أهدافها و خططها .
3. **دراسة العوامل المؤثرة على وضع الخطة :** إن لكل خطة مؤثرات تتأثر بها فعلى رجل العلاقات العامة أن يختار الطريقة الأنجع للأبحاث و الأقدر على تحقيق الهدف المسطر إليها و لابد من مراعات ما يلي :
  - أ- مشاركة عامل الوقت أي إختيار الوقت المناسب للقيام بحملة العلاقات العامة .

ب- مشاركة الجماهير في الأخذ بعين الاعتبار اقتراحاتهم أثناء وضع الخطة .

ج - عنصر المفاجئة و ما يؤد به تأثيره على الجماهير.

د- إختيار الموضوعات التي تتضمن الآراء و الأفكار التي تتبادل بين الأفراد .

4- وضع الخطة : بعد ما يقوم رجل العلاقات العامة بتجميع كل هذه الخطوات ليضعها في شكل برامج نهائية تحتوي على الخطة بدقة ووضوح<sup>1</sup>

## ملخص الفصل الأول

من خلال ما سبق نخلص إلى أن العلاقات العامة وظيفة إدارية مستمرة ذات جهود متميزة تعتمد على فن استخدام علوم السلوك و

<sup>1</sup> عبد المعطي عساف ، محمد فالح صالح المرجع السابق نفسه ، ص 139 - 140 .

الإتصال في الوصول إلى التوعية و الثقة و الإقناع اللازم لتكوين صورة ذهنية طيبة للمنظمة لدى الرأي العام ، و التكيف مع المواقف و النظم و السياسات الإدارية الحالية و المستقبلية و بما يحقق التجاوب السلوكي اللازم لتحقيق أهدافها بفعالية و هي تهدف من وراء كل ذلك الى تحقيق الفهم و الثقة بين المنظمة و جمهورها ، وهي ضارية في جذور التاريخ الإنساني تطور عبر العصور الزمنية بدية بالعصور البدائية التي إهتم فيها رئيس القبيلة بالإعلام عن قراراته باستعمال أصحاب البيان و طلاقة اللغة - مرورا بالعصور الوسطى التي أشار فيها الإسلام إلى الفهم العلاقات العامة من خلال الممارسات الحضارة كبناء المساجد و صولا إلى العصر الحديث الذي ظهرت فيه العلاقات العامة بمعناها الحديث نتيجة التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا . و كذا بروز علم الإدارة كعلم مستقل ، ومن الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة : البحث - التخطيط - التنفيذ- التنسيق - التقويم و يتم ذلك كله من خلال التخطيط الذي يقوم على وضع منهج من أجل كسب ثقة الجمهور ومواجهة المشكلات .



### المبحث الثالث :

#### المطلب الأول : مفهوم إدارة الموارد البشرية .

تعتبر إدارة الموارد البشرية من أهم وظائف الإدارة لتركيزها على العنصر البشري و الذي يعتبر أثمن مورد لدى الإدارة و الأكثر تأثيرا في الإنتاجية على افطلاق ، فقد أصبح لإدارة الموارد البشرية دور حيوي في الوقت الحاضر نتيجة النمو الكبير في حجم المنظمات ، و تنوع أنشطتها ، وتعقدها ، مما يستدعي بالضرورة توفير الموارد البشرية المناسبة ، و المتوقعة و احتياجات و متطلبات العمل .

فقد إتفق معظم الباحثين بصفة عامة على وجود خمس وظائف رئيسية يقوم بها المديرون ، تتمثل هذه الوظائف في التخطيط - التنظيم - التشكيل - القيادة - الرقابة هذه الوظائف تمثل العملية اإدارية ، و في مجال دراسة غدارة الموارد البشرية يتم التركيز على غحدى هذه الوظائف و هي التشكيل أو ما يطلق عليه الن إدارة الموارد البشرية ،و تشير غدارة الموارد البشرية إلى

مجموعة السياسات و الممارسات التي تشمل الجوانب المتعلقة بالموارد البشرية داخل المنظمة .

و تعني إدارة الموارد البشرية باختصار الإستخدام الأمثل للعنصر البشري المتوفر و المتوقع على مدى كفاءة ، و قدرات ، و خبرات هذا العنصر البشري و ممارسة للعمل ، تتوقف كفاءة المنظمة و نجاحها في الوصول إلى تحقيق أهدافها لذلك إتهم علماء الإدارة بوضع المبادئ و الأسس التي تساعد على الإستفادة القصوى من كل فرد في المنظمة من خلال إدارة الموارد البشرية ، هذه الأسس تبدأ بالتخطيط . الإختيار ، التدريب و الحوافز و التقييم و كل ماله بالعنصر البشري .<sup>1</sup>

و ناك من عرفها بأنها جزء من افدارة يعني بشؤون الأفراد العاملين من حيث التعيين و التدريب و تطوير الكفاءات و كالك وصف أعمالهم .

و أورد ال تعريف لها بأنها : ( جذب و تنمية الأفراد الذين يمتلكون المواهب و الخيال اللازمين للشركات لكي تتنافس في بيئة متغيرة و متعقدة ) أما نيجر Nigro فيرى أنها ( فن اجتذاب العاملين و اختيارهم و تعيينهم و تنمية قدراتهم و تطوير مهاراتهم و و تهيئة الظروف الملائمة من حيث الكم و الكيف و العطاء ) .

و ذكر حنفي ( الإدارة التي تبحث عن الأفراد و تخطط للإحتياجات البشرية ثم تقوم بالإستقطاب و الإختيار و التعيين و التدريب و تنمية المهارات و تضع هيكل أو نظام للأجور .

أما التعريفات التي أوردتها الكتاي الأجانب فهي :

<sup>1</sup> عبد الغفار حنفي . السلوك التنظيمي و إدارة الموارد البشرية . الدار الجامعية ، افسكندرية 2007 . ص 14 . ص 17 .

فرنش : قال بأنها عملية إختيار و إستخدام و تنمية و تعويض الموارد البشرية بالمنظمة SIKULA: هي استخدام القوى العاملة بالمنشأة و يشمل ذلك على عمليات التعيين و تقييم الأداء و التنمية و التعويض و المرتبات و تقديم الخدمات الإجتماعية و الصحة لعاملين .

Clueck – w : هي تلك الوظيفة في التنظيم التي تخص بإمداد الموارد البشرية اللازمة ، و يشمل ذلك التخطيط الإجتماعي من القوى العاملة و البحث عنها و تشغيلها و الإستغناء عنها.<sup>1</sup>

SMITH – G GRANT – J : هي مسؤولية كافة المديرين في المنشأة و توصيف لما يقوم به المتخصصون في غدارة الأفراد .

يتضح من كل هاته التعريفات أن إدارة الموارد البشرية تمثل إحدى الوظائف العامة في المنشآت الحديثة التي تخص باستخدام العنصر البشرية كفاءة في المنشآت . و نستخلص من خلال هذه التعريفات بأن إدارة الموارد البشرية هي السلسلة من الإجراءات و الأسس تهدف إلى تنظيم الأفراد للحصول على أقصى فائدة ممكنة من الكفاءات البشرية و استخراج أفضل طاقاتهم من خلال وظائف التخطيط و الإستقطاب و افختيار و التعيين و التدريب و التقويم و الحوافز المالية و المعنوية .<sup>2</sup>

المطلب الثاني : أهمية إدارة الموارد البشرية .

تكتسب إدارة الموارد البشرية كأحدى وظائف المنظمة العصرية أهمية كبيرة في القرن 21 فهي إدارة لأهم و أغلى أصول المنظمة

<sup>1</sup> فيصل حسونة ، إدارة الموارد البشرية ، دار أسامة للنشر و التوزيع . عمان ، 2001 ص 06.

<sup>2</sup> فيصل حسونة ، المرجع السابق ص 07.

، إذ أن ما يميزها عن باقي هذه الأصول أنها أصول مفكرة ، هذا بإفترض أن الإدارة تعتمد للإفادة المثلث من الموارد البشرية (مديرين و مروضين ) فتشجعهم و تدفعهم لفجتهاد و الابتكار و تهئى مناخا ينمي ذلك و ينشطه .<sup>1</sup>

و تتبع أهمية الموارد البشرية في التنظيم من كونها و أهم عناصر العملية الإنتاجية فيه و لابد من توفر الكفاءات الجيدة القادرة على الأداء و العطاء المتميز ، و تربط أهمية إدارة الموارد البشرية بأهمية العنصر البشري نفسه ، و يقول عالم افدارة يبتتر دراكر بهذا الصدد إذ إدارة الناس و ليس غدارة الأشياء و هي التي يجب أن تختل افهتمام الأول و الرئيسي للمدير المتميز . و تأتي أهمية الموارد البشرية من خلال ما اظهرته نتائج البحوث و الدراسات أن افدارة السليمة للموارد البشرية تؤدي إلى النتائج التالية :

1 - تحسبن الإنتاجية ، و رفع الأداء و تفجير للطاقات لدى العاملين .

2 - تزايد إدراك المديرين بأن قدرة المؤسسة على التنافس و التميز و الإبداع تعتمد على أساس رأس المال البشري لديها .

3 - تغير القيم الوظيفية لدى العاملين حيث يتطلعون إلى الإحترام و التقدير و المشاركة في صنع القرارات التي تتعلق بعملهم و أهم العوامل التي أبرزت أهمية و دور الموارد البشرية :

1 - اكتشاف أهمية للعنصر البشري .

2 - كبر حجم المنظمة و نموه و كبر عدد الموظفين .

<sup>1</sup> أحمد سيد مصطفى ، إدارة الموارد البشرية . المهالات المعاصرة في إدارة البشر ، ص20

### 3 - ظهور النقابات العملية و تأثير ذلك على وضع الموظف و أنظمة العمل<sup>1</sup>.

لماذا اعتبر علماء افدارة أن ادارة الموارد البشرية مهمة ؟  
أكدت كافة المدارس العملية في الإدارة على أهمية الإنسان و أهمية  
الفعاليات التي تتعلق بتوفير و استخدامه و الحفاظ عليه و تطويره .  
و هي تقصد بذلك العاملون . أما ( الإدارة ) و ( المالكين ) فهي أمر  
بديهي لم تناقشه فيدون ( مؤسسين ) و ( ملاكين ) و بدون غدارة لا  
تقوم منظمة فوجهات النظر أدناه تتعلق بالعاملين الآخرين .  
نستعرض وجهة نظر المدارس العلمية الأهم حول الموضوع .

أ - نظرة أتباع مدرسة العمليات و رائد هلهنري فايول الإهتمام  
بالموارد البشرية واحدة من الوظائف الخمسة الأساسية الضرورية  
لبقاء أي منظمة أعمال حية و ناجحة . فهم يحددون هذه الوظائف  
الضرورية ( القاء أي منظمة أعمال ) للبقاء بكونها تشمل : وظيفة  
العمليات ، الإنتاج ، التسويق ، التمريل التوظيف ( إدارة الموارد  
البشرية ) . كما يرون بأن إهمال منظمة الأعمال لأي من هذه  
الوظائف يؤدي إلى إنقراضها .

بالنسبة للموارد البشرية أسموها " التوظيف " لكونهم يركزون على  
ما يتعلق بالتوظيف خاصة تحديد العاملين المطلوبين و تعنيهم .  
ب - نظرة أتباع مدرسة المنظومة .

يرى أتباع المنظومة بأن الموارد البشرية هو أحد الموارد الأساسية  
لإقامة و عمل أي منظومة إجتماعية . كما هو الحال بالنسبة  
لمنظمات الأعمال ، فهم يحددون الموارد الضرورية لتكوين و بقاء

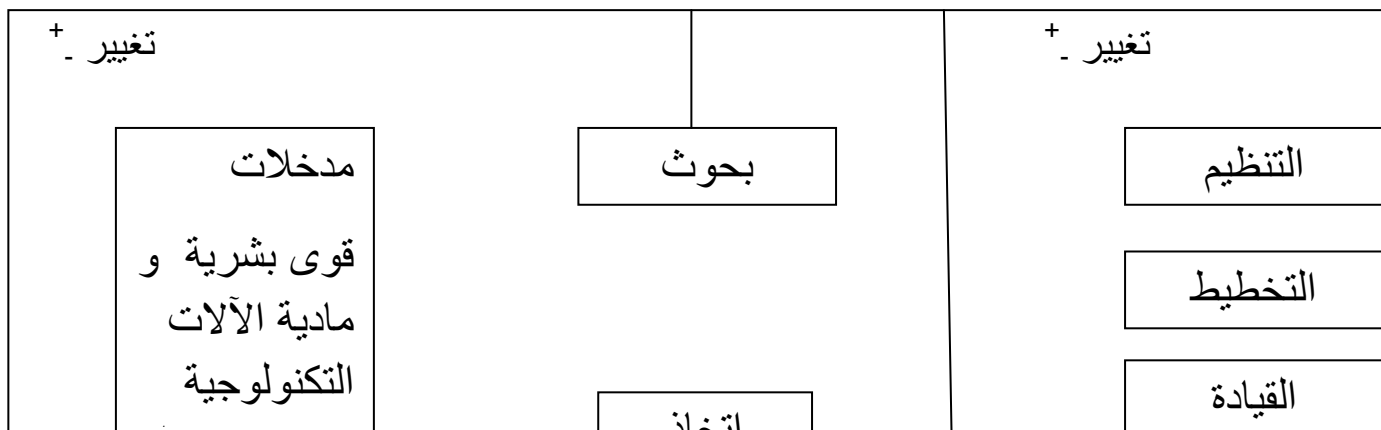
<sup>1</sup> فيصل حسونة ، المرجع السابق، ص14.

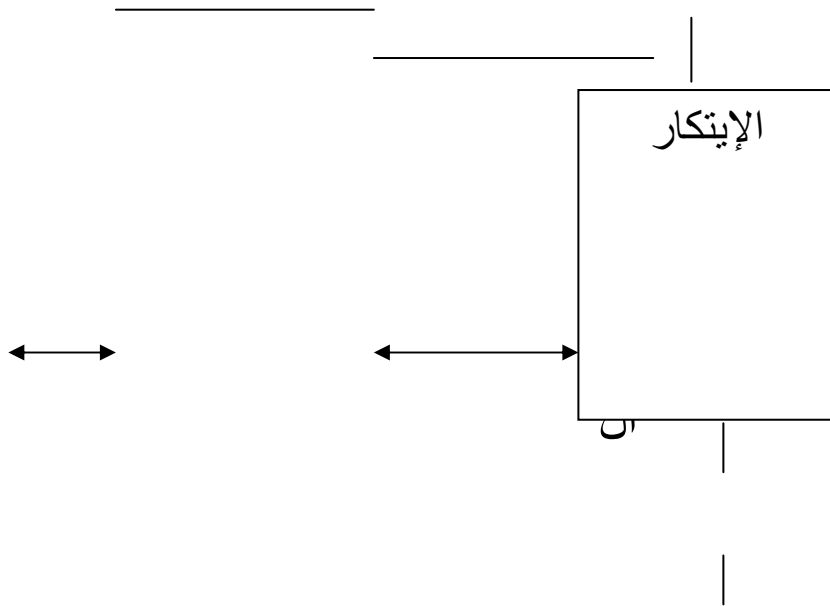
هذه المنظمات لتشمل الموارد المالية و المادية و المعلوماتية ،  
بالإضافة إلى الموارد البشرية . و يدرجون ضمن الموارد البشرية  
( الإدارة و العاملين ) ، فطامل إنها منظومة إجتماعية أي تتكون  
من فرد فهي لا تقوم و تستمر بدون هذا الإنسان تحدد خصائصها و  
فرصها للبقاء .

### ج - نظرة اتباع المدرسة السلوكية :

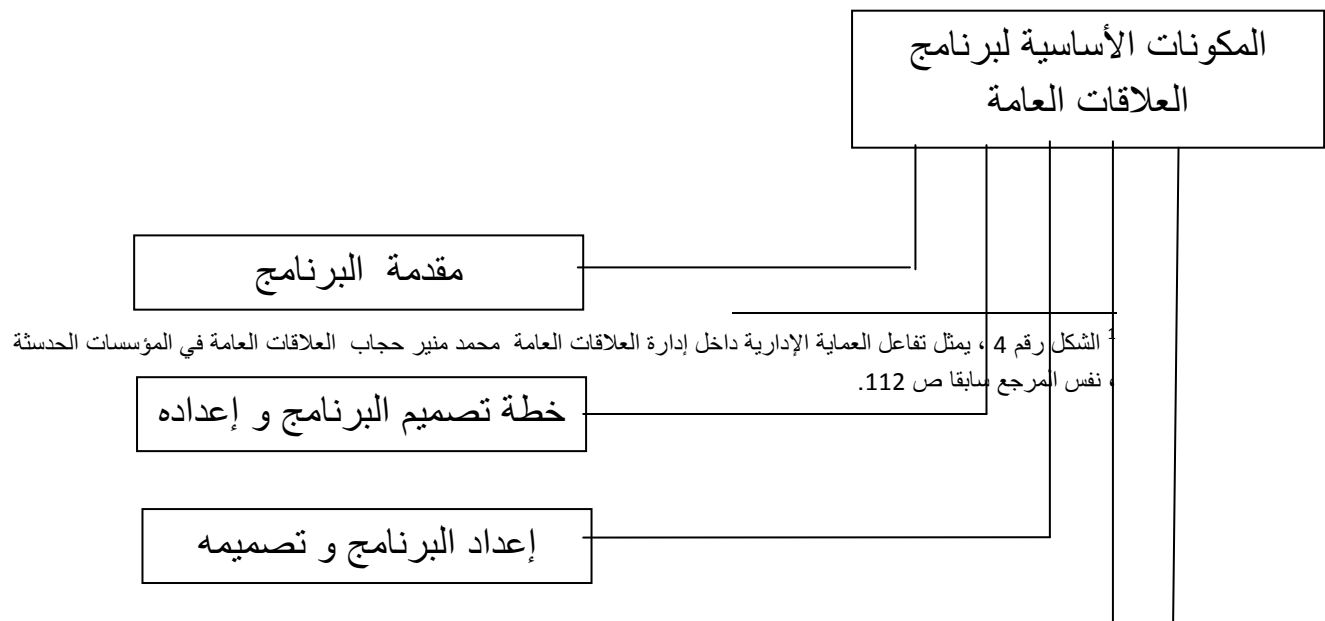
يعتمد اتباع هذه المدرسة في الإدارة و افتراضات مدرسة المنظومة  
حول خصائصها الأساسية و يضيفون إلى ذلك إعتبار سلوك  
العاملين عموما هو جوهر العمل الإداري و هم يختلفون عن اتباع  
مدرسة العمليات التخطيط - التنظيم - الرقابة و التوجيه . لذلك فهم  
يرون بأنه يجب أ، يركز تأهيل من سيصبح إداري على تعليمية  
كيف يهتم بهذه الفعاليات ، أما أتباع المدرسة السلوكية فيرون أن  
جوهر التأهيل الإداري يجب أن يركز على التأكيد من أن أداء  
مجموع العاملين للعملهم و إتجاذهم للقرارات التي تؤدي إلى بقاء  
المنظمة مصممة لتوفر للعاملين فيها نوعية حياة ثرية <sup>1</sup>.

### المتغيرات البيئية و النفسية





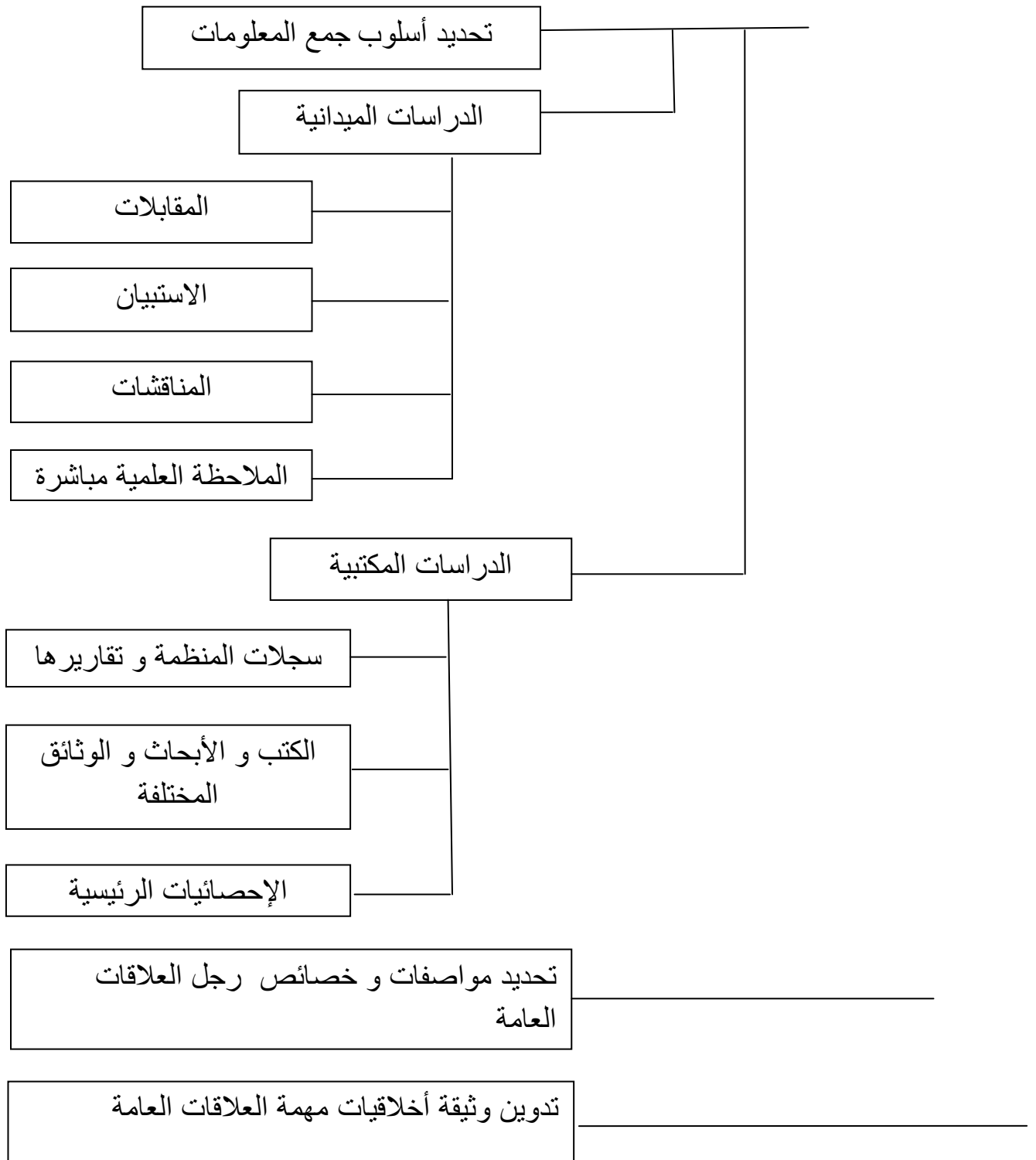
الشكل: رقم 4<sup>1</sup>



## الشكل رقم " 2 " <sup>1</sup>

خطة تصميم برنامج العلاقات العامة				
1	عبد المعطي الشكل رقم "2" ،	تحديد أسلوب تشكيل لجان أو فرق إعداد برنامج	ممة نفس المرجع سابق ص 156 .	





الشكل رقم 3<sup>1</sup>

<sup>1</sup> شكل رقم 3 عبد المعطي محمد عساف ، محمد فالح صالح نفس المرجع السابق ص 158 .

## الفصل الثاني : العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية

### مقدمة الفصل الثاني :

إن لأمؤسسة تعمل على التفاعل مع الجماهير و من المؤسسات التي لها أهداف الترفيه و إنتعاش هذه الجماهير المؤسسات الإعلامية و التي

تعمل على نشر المعلومات و الحقائق إلى الجمهور كما أنه يمكن أن تتعرض هاته المؤسسة مثلها مثل أي مؤسسة أخرى لمشاكل من طرف جمهورها الذي تتعامل معه هذه المؤسسة إعلاميا يؤدي بها إلى حدوث إختلال داخليا م الجمهور الداخلي في اfdارة المؤسسة و خارجيا ، مع المجتمع يؤدي بها إلى السقوط و الإغلاق أحيانا

و لهذه فعلى هاته المؤسسة غعداد قسم يعمل على توجيه و تنظيم أعمالها و يتواصل مع جمهورها الداخلي و الخارجي و هذا القسم عن قسم العلاقات العامة و منه فهل يمكن للمؤسسة الإعلامية أن تعمل على حل مشاكلها دون اللجوء إلى معاملات أخرى مثلها مثل للمؤسسات الأخرى التي تحتاج إلى قسم العلاقات العامة .

#### المبحث الأول : مفهوم المؤسسات الإعلامية

##### المطلب الأول : المؤسسات افعلامية .

إن المؤسسات الإعلامية ماهي إلا مؤسسة تعبر عن الكيان الإجتماعي النظم كما تعمل على خدمة الجمهور بمختلف شرائحه و فئاته الإجتماعية كما و تمثل الوسيلة الجماهيرية شخصيتها المهنية حيث تعمل في إطار اقل تعقيدا<sup>1</sup> و تعمل هذه المؤسسة على تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات و الحقائق الواضحة و يكون إعلام في هذه الحالة سليما و قويا كما تساعدهم على تكوين الرأي الصائب في واقعة من الوقائع<sup>2</sup>

و من هنا يمكننا أن نقول أن المؤسسة الإعلامية هي مؤسسة نقدم خدمات لمختلف الجماهير و في عدة مجالات إجتماعية و غقتصادية و سياسية و

<sup>1</sup> شذوان علي شبيبة ، العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق المرجع السابق الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، 2005 ص 163

<sup>2</sup> فصل الشعراوي ، إعلان العلاقات العامة ، دراسة مقارنة ، دار الجامعة لطباعة و النشر ط.

ثقافية و هي نظام إجتماعي يقوم على عمل مشترك بغرض تحقيق أهداف محددة سابقا<sup>1</sup>

و خاصة مع التطورات الإلكترونية التي عرفتتها هاته المؤسسات باتت المؤسسة الإعلامية تعمل على تحويل العمل الإعلامية إلى مشاريع تجارية قائمة على مبدأ الربحية و المنافسة في المجتمع و أصبح مردود المؤسسة المالي من أقوى العناصر في صناعة الخط التحريري الإعلامي للمؤسسة سواء من جانب التركيز و الترفيه أو الأخبار و المعلومات

و المؤسسة الإعلامية تتفكر لتتفكر لتشمل وسائل إعلام منها الأذاعات و التلفزة و الصحافة المكتوبة و السينمائية<sup>2</sup>.

كما أن العملية الإعلامية في أي مؤسسة إعلامية تقوم على ثلاث عناصر أساسية لابد منها لتنظيم هاته الرسالة الإعلامية لتصل على وجه لائق للجمهور المستهدف و هذه العناصر الثلاثة هي :

المرسفل إليه و هي الرسالة الإعلامية :

أما الوسيلة الإعلامية و هي قناة أو أداة ناقلة للمادة الإعلامية و تأتي في الأخير المتلقى في الطرف أو الجهة التي تتلقى الرسالة الإعلامية<sup>3</sup> فالوسيلة الإعلامية أصبحت جزء من حياة الإنسان و من هنا يمكن القول أن أكثر المؤسسات الاجتماعية المعاصرة أصبحت أكثر فعالية من المؤسسات الأخرى و أكثر حضورا و قبولا لدى عقلية الجماهير حيث أن الجمهور ثقة عمياء بالمؤسسات الإعلامية و مادتها الإعلامية التي تنشرها عبر وسائل الإعلام و لكن يمكن أن تختل هذه الثقة في حضور وسائل الإلكترونية .

فالجريدة اليومية مثلا هي تمثل مؤسسة إعلامية خيرية تحولت الوقت و رغبات الجمهور المتزايد : و تنامي الحركة المعلوماتية و المنافسة مع

<sup>1</sup> شدوان علي شبيبة نفس المرجع ص 163

<sup>2</sup> إبراهيم إبراش ، علم الاجتماع السياسي ، عمان ، دار الشروق ، (د - ط ) ، سنة 198

<sup>3</sup> إبراهيم إبراش ، علم الاجتماع السياسي ، عمان ، دار الشروق ، (د،ط) ، سنة 1998 .

وسائل الإعلام الإلكترونية للحفاظ على قارئ معلى وسائل تساملة  
غتحاد معلومات و الرأى و التحليل و الترفيه علاوة على متابعة  
الإخبارية<sup>1</sup>

كما أن طبيعة الإعلام تفرض علاقة خاصة بين مؤسسات الإعلامية و بين  
حكوماتها و هذا ينعكس على طريقة إدارة هذه المؤسسات و تحديد أهدافها  
و أساليبها قد فنشاط المؤسسة الإعلامية يختلف في الوسيلة و أن كانوا  
بتفقون في الأهداف و ذلك أن الطبيعة التنفيذية لكل وسيلة إعلامية  
تفرض شكلا مختلفة بعضها عن البعض الآخر فطبيعة الجريدة اليومية  
تختلف عن المجلة و عن الكتاب ..... و من ثم فإن هذه الوسائل  
الإعلامية تختلف إختلافا وثيق إلى أعلى درجة و أن هذه الرسائل افعلامية  
المطبوعة تختلف عن البرامج الإذاعية أو التلفزيون و أن كانت تلقي في  
الهدف .

و لا يكون المؤسسة إعلامية ناجحة في مادتها الإعلامية إلا إذا اعتمدت  
على مصادر موضوعية ذات ثقة تامة و لأن المعلومات مهما كانت  
أهميتها و أ بمصدر مشكوك فيه لا تكون لها قوة تأثير و إقناع و  
لذلك يجب التأكد من صحة الخير و صلاحيته للنشر حتى و لو كان مصدر  
موقوف به لأن الأخبار الصحيحة تساعد على أ، يتقبلها الجمهور المستقبل  
لها تقبلا سليما<sup>2</sup>

### المطلب الثاني :أهمية المؤسسة الإعلامية

تحتل المؤسسة الإعلامية بإختلاف أهدافها كتنظيمات أهمية كبرى في شتى  
مجالات الحياة و خاصة في المجتمعات النامية حيث يتمثل ذلك في تحريك  
المجتمع و تطوره و نظرا للتفاعلات التي تقوم بها وسائل  
الإعلام مع الأفراد في المجتمع فالأعلام و بمختلف أنواه المسموعة و  
المكتوبة و السمعيبصري و بما أنها تعد مؤثرا من المؤثرات الاجتماعية  
فإن أهميتها تكمن في نوعية الوظائف و البرامج التي تؤديها أو تقدمها في

<sup>1</sup> - عبد الله ال ، علم الإتصال المعاصر في الأنماط و المفاهيم الوسيلة الإعلامية ، الرياض ، مكتبة العبيكان طر 1997.

<sup>2</sup> محمد مصطفى أحمد ، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة ، دار المعرفة الجامعية ، 2002، صص 227- 228

شتى المجالات افجتماعية و الإقتصادية و السياسية فهي سلسلة تربط بين هذه المجالات و المجتمع حيث أنها تتعامل مع جميع قطاعات الجماهير العريضة سواء كانت على مستوى الخارجي أو على المستوى الداخلي ، كما أن للإعلام أهمية عظمى لفهم مايجري من حول الفرد في العالم من أحدث ووقائع و لها أهمية كذلك في محو المية حيث أصبحت لكل من الإذاعة و التلفزيون تمتن مهنة التعليم المباشر فالأعلام يمثل جامعة الذين تركوا مقاعد الدراسة وهو تعليم مستمر مدى حياتهم و لقد أصبحت وسائل الإعلام تقوم بدور مهم في المجتمع من تعليم و تهذيب و حماية التراث الثقافي من جيل إلى جيلو قد ساعد العملية الإعلامية على تحقيق ذلك جميع المجتمعات<sup>1</sup>

و بما أن هذه المؤسسة تعد من المؤسسات المجتمع المدني فلا بد عليها أن تهتم بالفرد من جميع نواحي حياته و تساعد أفراد المجتمع على حل مشاكلهم الإجتماعية كالبطالة و غيرها من الجرائم التي ترتكب يوميا في المجتمعات بأكملها و التي لا زالي تعرقل عيش الفرد في المجتمعات فيفضل البرامج التي تبثها و تذيبها هذه المؤسسة يمكن أن تقدم حلول للمشاكل التي يعني منها الفرد أو أنها تسهل له الطريق للوصول إلى حلها .

### المطلب الثالث

أن المؤسسات المجتمع و التي تعمل من أجل بقئمة متكافتا و منعاً كما أنن نعلم أن لكل مؤسسات خصائص تتشارك فيها جميع المؤسسات في تنظيمها من حيث البناء الهرمي الداخلي للعمل و هذه الخصائص يمكن أن نقول أنها تتمثل في

#### 1- الفعالية

#### 2- الدقة .

<sup>1</sup> محمد سيد محمد المسؤولية الإعلامية في الإسلام ، مكتبة الخارجي القاهرة ، دار الرفاعي الرياض ط1 1983، ص 32- 33.

### 3 - الجودة .

كما أن هذه المؤسسات تتمتع بخصائص خاصة لها تتميز بها عن باقي المؤسسات الأخرى في المجتمع و هي مدرجة كما حددها العالم دينيس ماكوبل كالتالي :

1 - إهتمام المؤسسات الإعلامية بإنتاج و توزيع المعرفة في شكل أفكار و ثقافة ذلك لتلبية حاجيات الإجتماعية للفرد

2 - تقديم هذه المؤسسات عملية النواصل بين المراسلو المستقبل<sup>1</sup> و بينها و بين المؤسسات الأخرى و هي ليست قنوات عضوية للشبكات الإتصالية و لكنها قنوات للفهم و العادات تحدد ما يجب أو ما يفضل تقديمه .

3 - تعمل في المجال العام حيث تربط بالأحداث التي يعيشها الرأي العام و تحاول من الأوضاع بتغيير اتجاه الرأي العام أو بتصحيح الخبر إن كان ضارا لها و للمؤسسات المتعاونة معها .

4 - لا ترغب الجمهور على المشاركة في أعمالها و برامجها كأعضاء في النظام على خلاف خبرتها من المؤسسات كالمؤسسات التعليمية و الدينية و السياسية .

و لها ميزة تتميز بها عن باقي الخصائص و هي أنها تقدم صناعتها إلى جميع شرائح المجتمع سواء مثقف أو غير مثقف و بمختلف فئات العمرية أكانت كبيرة أو صغيرة و مختلف الجنس <كر أو أنثى .

---

<sup>1</sup> مي عبد الله نفس المرقع .

و هي مؤسسة تعتمد على الالمبادئ و القيم الأخلاقية حيث أن المادة الإعلامية التي تقدم للجماهير لا يدخل فيها العامل الـ <تي أو تحقيق مصالح خاصة و هي تقدم معلومات مجردة دون تعديل فيها و بالتالي فهي تهدف لتحقيق مصالح عامة .

- و من خصائصها كـ <لك تحقيق المصالح العامة و ليس المصالح الخاصة بالإعلام .

- كما انها مؤسسة تهدف لتتوير المواطنين و تثقيفهم و تقديم المعلومات إلى تساعد على رفع مستوى هؤلاء المواطنين .

المبحث الثاني : دور العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية

إن كانت العلاقات العامة تهتم إهتماما كبيرا بوسائل الإعلام ينبغي معرفة أن كل هـ <الوسائل تعتبر مجالات من مجالات التي تطبقها العلاقات العامة فحاجة هـ <الأخيرة لوسائل الإعلام لا تقل عن حاجة هـ <الوسائل إليها و ذلك أن لهذه الوسائل مصالح يهتمها أن تحافظ عليها و تكسب ثقة و مساندة الجماهير المادية و لمعنوية حتى يتوفر لها المناخ الملائمة لتأدية رسالتها و توصلها لمختلف شرائح المجتمع<sup>1</sup>

فالعلاقات العامة بالنسبة لأي وسيلة إعلامية تتمثل في كل ماتفعله من حيث الجودة و دقة الرسالة الإعلامية و الموضوعية في تحريرها و إخراجها و تحقيق الثقة مع العاملين بها<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد منير حجاب ، سحر محمد و هي ، لمدخل الأساسية للعلاقات العامة ( المدخل ، المدخل الإداري ، المدخل البيئي ، المدخل البحث ، القاهرة ، دار الفجر للنشر و التوزيع (ب - ط ، بسنة ، ص 96

<sup>2</sup> محمد مكنير حجاب ، للعلاقات العامة في المؤسسات الحديثة القاهرة ط 2000 دار الفجر للنشر و التوزيع ط 1 2000 ص 73 .



و من هاته المعلومات فإنه للعلاقات العامة دورا كبير في نجاح المؤسسة الإعلامية و رسالتها بالشكل المراد و المخطط له على المستوى الداخلي و الخارجي تعمل على التوفيق فيما بينها للقيام بعملها على أتم وجه و هذا الدور ينقسم إلى قسمين كما ذكرنا من قبل و هي تتمثل في الآتي :

المطلب الأول : دور العلاقات العامة داخل المؤسسة .

حيث تقوم العلاقات العامة بالتعامل مع الجمهور الداخلي للمؤسسة الإعلامية و تتمثل في جميع العاملين داخل المؤسسة و هو العنصر المحرك للمؤسسة و الدور الذي يلعبه رجل العلاقات العامة مع العاملين داخل المؤسسة يتمثل في :  
-إرشاد و توجيه العاملين و خلق جو التفاهم و التعاون و التكامل داخل المؤسسة و تقوم بالتخطيط و الإشراف على كل أعمال وسائل الإعلام و مداها بالأخبار اللازمة .

كم يقوم مدير العلاقات العامة بإعداد السياسة الإعلامية اللازمة

لضمان نجاح سير المؤسسة و كسب المؤيدين وثقتهم<sup>1</sup>

و يعمل خبير العلاقات العامة على متابعة كل ما ينشر داخل المؤسسة و بين جميع العاملين بصفة عامة و ما يقوم به الأعضاء العاملين بالوسائل الإعلامية و تحليل مضمون كل ما تم نشره لمعرفة إتجاهات الرأي بالنسبة للإدارة<sup>2</sup>

و يقوم بتوسيع الرسالة الإعلامية لتشمل كافة المعلومات التي يتم تبادلها بين طرفي العملية الإتصالية المرسل و المستقبل مثل المعلومات و الحقائق الخاصة بالوضع الجاري و المشاكل التي قد تتعرض لها المؤسسة .

---

<sup>1 1</sup> محمد منير حجاب ، سحر محمد و هي ، لمدخل الأساسية للعلاقات العامة ( المدخل ، الإتصالي ، القاهرة ، دار الفجر للنشر و التوزيع (ب - ط ، بسنة 1999 ، ص56

<sup>2</sup> محمد عبد الفتاح محمد ، العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الإجتماعية ، الإسكندرية ، مكتبة الجامعية الحديث ، ( ب ، ط ) ، 2007 ، ص270 - 271 ،

و يقوم خبير العلاقات العامة بالتمييز بين الموضوعات المطلوبة و إرسالها إلى الجمهور و ذلك و وفقا للبرنامج الموضوع و لتنفيذه طبقا للخطة المرسومة لسير إدارة المؤسسة .

و يحدد الإمكانيات المادية و الإستراتيجيات و التوقعات المحددة لتنفيذ و تقديم المضمون و يحدد أيضا نمط الإتصال المناسب للوسيلة مثلا الصحيفة يحدد لها نوعية مضمونها الذي ستقدمه .

و يعمل كذلك على مراعات المتطلبات اللازمة لتقديم المادة بالمواصفات المناسبة لهذا النمط الإتصالي<sup>1</sup> كما أن لها دور هام في تدعيم صلة روابط بين الجهاز الإداري و العاملين بالإعلام بصفة خاصة يهدف ترشدهم في عمليات النشر المتعلقة بإدارة الداخلية<sup>2</sup> .

و تقوم كذلك بعملية غختيار الكوادر البشرية ذوي الكفاءة لتأدية العمل و هي مسؤولية أيضا عن تمويل المؤسسة و مواردها و الحفاظ عليها و تنميتها كما أنها أشكال الإتصال داخل المؤسسة و خارجها و تقوم بضبطه و التنسيق بين أفرادها بما يضمن السير الحسن لمؤسسة و تقوم بضبط و تنسيق هذا النشاط لأنه متبوع و متشعب و قد أصبح من الضروري أن تنظم بشكل يمكنها من غنجاز مهمتها على أكمل وجه لأن نجاح المؤسسة الإعلامية يعتمد كليا على دقة و حسن تنظيم و توزيع الصلاحيات العمل بين أقسام إدارتها<sup>3</sup>

**المطلب الثاني : دور العلاقات العامة خارج المؤسسة .**

<sup>1</sup> محمد منير حجاب ، سحر محمد و هبي ، المرجع السابق ص 56 57 .

<sup>2</sup> محمد عبد الفتاح محمد ، نفس المرجع سابق ص 274

<sup>3</sup> جبرانم الحديثي ، أكاد يمبة و كاتب صحفي موقع إلكتروني pupit .a

إن المؤسسة الإعلامية تتأثر بردود الفعل الجماهير التي هي خارج المؤسسة و ذلك أما إيجابيا أو سلبيا فيمكن لأي مؤسسة أن تتعرض لشائعات و شاكل تجعل الجماهير تنفر من المؤسسة و تنظر إلى هاته المؤسسة بصورة سيئة و لهذا فلا بد على قسم العلاقات العامة أن يلعب دورا فعلا على المستوى الخارجي و ذلك لتتوير و تحسين صورة المؤسسة و في إطار قيام كل مؤسسة بكيفية تضمن التكامل و التعاون فيما بينهما في مجال تبادل الخبرات و المعلومات و الإستخدام الأمثل للإمكانيات المادية المتوفرة في كل مؤسسة إعلامية و ذلك عن طريق تنسيق العمل الإعلامي و تبادل الإنتاج<sup>1</sup> و يقوم رجل العلاقات العامة بدراسة الجماعة و تكوينها و كيفية توجيهها كما يتطلب منه أيضا دراسة ديناميكات للجماعي الذي تخضع له الجماعات في المجتمع خاصة الفئات المتعصبة .

تتأمن على أن كل المادة الإعلامية التي تعرض على الجماهير مطابقة لواقعها و كما تحررت و ليس فيها خروج على المؤلف أو النقد البناء إعداد موجز من كل ما ينشر من الأخبار و مقالات و رأي و تحقيقات صحفية متصلة بإدارة المؤسسة الداخلية<sup>2</sup>

و لها دور كبير في كسب الجهات الضاغطة على المؤسسة الإعلامية و المتمثلة في الأحزاب الساسية و الرقابة ... غلخ . و لديها دور في إبراز الوجه الحضاري لمؤسسة و توحيد الرسالة الإعلامية لها حيث وصف هذا المجال بالمثلث الهرمي الذي يجمع بين الجمهور و لمواطنين و المؤسسة و يربط بين جميعهذه الأطراف و يسهل التواصل فيما بينها .

<sup>1</sup> محمد حمدان وآخرون المؤسسة الصحفية العربية ، تونس الجزائر ليبيا ، موريتانيا المغرب ، دار الثقافة و العلوم 1995.

<sup>2</sup> محمد عبد الفتاح ، نفس المرجع السابق ص ( 273 - 274 )

و إن لإدارة العلاقات العامة دورا كبير و متمثل في أنها حلقة التواصل المؤسسة بالمؤسسات الأخرى<sup>1</sup>

و تعمل كذلك على بيع المساحات الإعلامية لمؤسسات و الشركات التي هي في حاجة إلى إعلان عن إصدار منتج جديد لها في الأسواق كما توزع الصحف و المجلات على القارئ<sup>2</sup>

و يمكن أن يتجلى دور العلاقات العامة بأكبر صفة في المؤسسة التي ينتمون إليها أو يتعاملون معها و أن هذا التفاعل الموجه بين المؤسسة و الجمهور يشتى أنواعه عن طريق العلاقات العامة في منطقة الرأي العام و أن حسن توظيف إدارة العلاقات العامة في تلك النوعية من المؤسسات بعد عاملا أسايا في نجاح المؤسسة كل خاصة أن تلك المؤسسات تتعامل مع قطاعات جماهير عريضة و تعتمد إستمراريتها على مدى ما تتمتع به من مصداقية لدى جمهور غدارة العلاقات العامة من خلال ما تقوم به من أنشطة و برامج تساهم في دعم جهود المؤسسة الإتصالية و بما يحفظ لها عن مكانتها في المجتمع<sup>3</sup>

ملخص الفصل الثاني : و قد تبين لنا من خلال ما درسته في هـ الفصل أن أي مؤسسة كيفما كان نوعها لا يمكنها النمو و التطور إلا إذا كان لها جهاز علاقات عامة قوي ز متين تستشير و تلجأ إليه

<sup>1</sup> مي عبد الله ، نظريات الإتصال ، الموقع الإلكتروني على الساعة تاريخ الزيارة 2010/04/13 . www.balgh.com

<sup>2</sup> جبران الحديثي ، نفس الموقع السابق .

<sup>3</sup> شذوان علي سبيبة ، نفس المرجع ، ص 165س

عند الحاجة و لالك ينبغي على المؤسسات الإعلامية أن تقيم جهاز العلاقات العامة كي تقلل من الضغوطات التي تتعرض لها هاه المؤسسات من مختلف الجهات الساسية و الإقتصادية فـجهاز العلاقات العامة هي عين الإدارة العليا لأي مؤسسة من خارجها و داخلها .

### الفصل الثالث :

تمهيد :

غكتكتسب وسائل الإتصال الجماهيرية خاصة وسائل الإتصال الإلكترونية أهمية كبرى في القرون الأخيرة باعتبارها قوات أساسية للأخبار و المعلومات و الترفيه ، و أصبحت وسائل الإتصال الجديدة تشكل إضافة مهمة لتحقيق التقارب الإنساني ، و تتيح تبادل المعلومات و الخيرات و الارتباط بين أجزاء العالم ب البعض ، دون أن تقلل من فرص تواجد الوسائل الأقدم في تأكيد أهميتها و دلالتها في تفعيل الإتصال الإنساني.

و لعل الإلإاعة تمثل إحدى وسائل الإتصال الفرعية التي تكتسب أهمية متزايدة نظرا لسرعة تكيفها مع أوضاع الإتصال الجديدة و ماتتمتع به من خصائص فريدة تضمن لها القدرة على التعاش بل و التفوق على العديد من وسائل الإتصال الأخرى .

المبحث الأول : تقديم عام للإلإاعة .

المطلب الأول : مفهوم الإلإاعة .

قال هتلر في كتابه ( كفاحي ) عن الإذاعة : " إنني أعلم أن تأثير كلمة مكتوبة على الأفراد أقل كثير من تأثير كلمة يسمعونها ، و إن كل حركة كبيرة على هذه الأرض تدين ينمها لكبار الخطباء و ليس لكبار الكتاب "

و اعظم ماقاله عن افلاعة قوله :

" يستعمل الراديو كعلم يلقي الضوء على المشكلات الصعبة في الوقت الحاضر ، و عندما يأتي اليوم فإنه سيقوي العزائم و القلوب و يهاجم العدو في أي مكان يظفر فيه .

فالإذاعة إذا وسيلة إعلام و إعلان تمتاز بالحيوية و الكلمة المسموعة لها أثرها القوي في الإيحاء<sup>1</sup>

و يقصد أيضا بالإذاعة المسموعة ( الراديو ) ما ينبت عن الطريق الأثير باستخدام موجات كهربائية و مغناطيسية بإمكانها اجتياز حاجز الأمية و الملازم الوسائل المطبوعة و كذا الحواجز الجغرافية و ربط مستمعيها المتباعدين يربط مباشر و سريع ، و من ثم فقد شاركت مع التلفزيون خاصة ووسائل الإتصال الأخرى في تقريب الثقافات و تكين رأي عام عالمي<sup>2</sup> و تعني أيضا البث و النشر للأخبار إلى الجمهور عام ، و استقبال هذه المواد جمهوريا بواسطة أجهزة غستقبال عامة و يؤكد هذا المعنى ماورد في دائرة المعارف و يؤكد هذا المعنى ما ورد في دائرة المعارف البريطانية حول وصف و تحديد كلمة إذاعة **Broade casting** ، فالإذاعة هي النشر المنظم أواليث للترفيه و الإعلام و التثقيف و غيرها

<sup>1</sup> غريب سيد أحمد و آخرون ، علم غجتماع إتصال و إعلام ، الإسكندرية ، دار المعرفة ، ( ب ، ط ) 2004 ص 170 .

<sup>2</sup> فضيل ديليو : تاريخ وسائل الإتصال . ص 110

لإستقبالها في آن واحد بواسطة جمهور متناثر على هيئة أفراد أ،  
جماعات بأجهزة إستقبال مناسب<sup>1</sup>

و ماتزال الإذاعة تحتفظ بأهميتها رغم تطور وسائل البث  
التلفزيوني فقد إستطاعت الإذاعة في عدد من البلدان أن **تواجه**  
التلفزيون ، و اعتبار الإذاعة مؤسسة مستقلة .

كما يجب الحد من التدخل و إيجاد نوع من التخصص و التكامل  
بين قنوات الإذاعة فتهتم القناة الثانية بالفنون الشعبية و التراث  
الشعبي بصورة خاصة حتى تصبح قناة وطنية تهتم بألوان الثقافة  
الشعبية على اختلاف أنواعها و كفايات تعبيرها ، و إعادة النظر  
في برامج و محتويات القناة الثالثة بصورة تجعل وظيفتها أكثر  
وضوحا بإعتبارها قناة موجهة إلى العالم الخارجي يجب أن يكيف  
محتوها على هذا الأساس و تتعدد لغات العالم الخارجي يجب أن  
يكيف محتوى على هذا الأساس و تتعدد لغات البث فيها حسب  
المناطق و الأولويات التي تحدد لها .<sup>2</sup>

ظروف الدول النامية ، ذلك أن هذه الدول تواجه عقبتان رئيسيتان  
هما إنخفاض أو تزايد الوضع الإقتصادي و الأمية المنتشرة بين  
ال جماهير . و اللتان تعتبران من العقبات الرئيسية التي تواجه  
وسائل الإتصال في هذه الدول ، فقد أدى إلى تقليص دور الصحافة  
في القيام بدورهم كاملا ، ومما جعل من الإذاعة المصدر الرئيسي  
للمعلومات و الإرشادات لغالبية سكان هذه الدول بتخطيها لهاتين  
العقدين بك م رخص ثمنها و قلة تكاليفها في عملية الإرسال و  
الإستقبال و كذا عدم الحاجة إلى معرفة القراءة و الكتابة فقد أكدت

<sup>1</sup> جمال مجاهد ، شوان علي شيبه طارق الخلفي : مدخل إلى الإتصال الجماهيري ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، ص 145

<sup>2</sup> محمد حمدان ، زهير أحيان ، خليل النحوي ، الموسوعة الصحفية العربية ، المنظمة العربية للتربية و الثقافة . تونس . 1995. ص

كثير من الدراسات الإعلامية أ، الراديو يعتبر المصدر الوحيد المتاح للإعلام و التعليم و ربط سكان العالم الثالث بالعالم الخارجي

كما استطاعت الإذاعة الصوتية من خلال الترانزستون أن تحقق التنوع في الحجم و الشكل و القدرة على الحصول على إرسال أكثر البلدان بعدا من خلال أجهزة الراديو المتعددة الموجات<sup>1</sup>

المطلب الثاني : خصائص الإذاعة كوسيلة غتصال جماهيرية .

تتمتع افذاعة الصوتية كوسيلة إتصال بعدد من الخصائص و المميزات التي تنفرد عن سائر الإعلام الجماهيرية و يمكن أن نجعل هذه الخصائص في النقاط التالية .

## 1 - التغطية الجغرافية الواسعة

إذ تستطيع الإذاعة تخطي الحدود و الحواجز الطبيعية مما يضمن لنا إنتشار واسعا . و لذلك فهي تعتبر أسرع وسائل النشر فهي تتفوق في ذلك على الصحافة و مختلف وسائل النشر الأخرى<sup>2</sup> إذ لا يمكن لأي وسيلة إعلامية منافسة الإذاعة المسموعة فيما يتعلق بنطاق التغطية الجغرافية الشاسع الذي يمكن أن يصل إليه غرسالها باعتبارها تتخطى الحواجز و الموانع الطبيعية و المصطنعة مثل البحار و الصحاري و الجبال و محطات التشويش و غيرها ، إلا أنها في الوقت الحالي أصبحت تنافسها الأقمار الصناعية و إذا كانت الإذاعة دائما أبقى في الأحداث نظرا لسهولة إرسالها .

<sup>1</sup> ماجي الحلواني حسين ، محمد مهني ، المرجع السابق ، ص 214

<sup>2</sup> محمد منير حجاب ، افتصال الفعال للعلاقات العامة ، دار الفجر للنشر و التوزيع ط1 2007 ، ص149



و نتيجة لذلك فإن الحكومات كانت و مازالت تلجأ إلى الإذاعة و تتخذها سلاحا لتدقيق أهداف مختلفة و ذات أبعاد متعددة في الداخل و الخارج في السلم و الحرب نظرا لما تتمتع به من هامة ، ألا و هي إتساع التغطية الجغرافية للإرسال الإذاعي الذي يجعل الكلمة الإذاعية تدور حول العالم مما يأسهم بالتالي في إمكانية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير مقارنة بالوسائل الأخرى<sup>1</sup>

## 2- اليبق الإخباري للإذاعة الصوتية :

تتوافذ الإذاعة الصوتية فرصة السبق الإخباري على وسائل الإعلام الأخرى فالأرسال الإذاعي متصل اليوم و من خلاله يستطيع انسان الحصول على الخبر في أسرع وقت ممكن إذا ما قارناه بوسائل الإتال الأخرى مثل الصحف و التلفزيون فبمجرد وقوع خبر في أي بقعة من أنحاء العالم يتم نقله في الحال<sup>2</sup>

فهي تتميز بالفورية في إذاعة الأحداث و الأخبار المفاجئة مثل الكوارث و الإغتيالات و الفياضانات ... الخ و متابعة تطور هذه الحوادث لحظة بلحظة فهي أسرع الوسائل في نقل الأخبار كونه الرماسل يستطيع بث الحدث من موقعه مباشرة على العكس التلفزيون الذي يحتاج إلى وقت للتصوير و البث ، و الصحف التي تحتاج إلى تصوير ، تحرير طبع ، فتوزيع .<sup>3</sup>

3 - يتصف الراديو بخاصية غاية في الأهمية و لا تتوفر تلك الخاصية في وسائل الإعلام الأخرى و هي ذاتية الراديو ، فجهاز

<sup>1</sup> ماجي الحلواني حسين ، محمد مهني ، مقدمة في الفنون الإذاعية و السمعيةصرية ، جامعة القاهرة 1999.ص 21.

<sup>2</sup> ماجي الحلواني حسين ، محمد مهني المرجع السابق ، ص23.

<sup>3</sup> محمد منير حجاب ، اتصال نشأتها و تطورها ، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة ،ص178.

الراديو جهاز شخصي كما أن الإتصال عن طريق الإذاعة لا يحتاج إلى وسيط خاص ، و أن الرسالة افذاعية تصل مباشرة من المذيع إلى المستمع مما مكن الراديو من خلق علاقة قوية و متينة بينة و بين المستمع ، كما أنها لا يحتاج إلى مجهود ، من طرف المستمعين ، فكثير من الناس ليس لديهم وقت للقراءة أو الإطلاع و الراديو الوسيلة السهلة التي تجعلهم على علم بما يحدث <sup>1</sup>.

#### 4 - تخطي حاجزي الفقر و الأمية :

**تعتبر اذاعة الصوتية وسيلة إقتصادية جعلتها من أكثر الوسائل التي تناسب**

#### **المطلب الثالث : الوظائف الأساسية للإذاعة .**

الإذاعة وسيلة إتصال جماهيرية يها وظائف رئيسية تتمثل في :

##### أولا : الأخبار

الخبر هو وصف أو تقرير دقيق حول ما يحدث و ما توحى به الأحداث و يتعلق بالمصالح بشرط ألا يكون خارجا على قواعد الذوق و قوانين القذف و السبب و فالإذاعة تقوم بتقديم الخبر بأسلوب مختصر ، و لكن تتكرر هذه الأخبار خلال اليوم مع بعض الإضافات التي تتوافق و تطور الأحداث خلال اليوم .

و بذلك فالإذاعة تتميز عن نظيراتها من وسائل الإعلام بالسرعة في نقل الخبر فبمجرد حدوثه يذاع في الإذاعة قبل أن تتمكن الصحف من طباعته ، و لكن هذا لا ينبغي دور الصحيفة في توضيحها للأخبار الهامة .

##### ثانيا : التسلية .

<sup>1</sup> محمد منير حجاب ، افتصال الفعال للعلاقات العامة ، دار الفجر للنشر و التوزيع، بلاع ، 2007.ص150.

تعد التسلية من الوظائف التي تلبىها الإذاعة لمستمعيها و ذلك عن طريق الأغاني و البرامج الترفيهية وكذا تقديم التمثيلات المذاعة من مسرحيات غيرها هذا بالإضافة إلى المباريات الرياضية الحو الحفلات الدينية ...الخ .

فضلا عن المسابقات و برامج النقد الأدبي و المسرحي ، و يجب أن يصب كل ما تقوم به في إطار إحترام القواعد الخاصة بالفنون الإذاعية ، و كذا قواعد الخلق الفني حتى تستطيع الإرتقاء بمستوى المستمع الثقافي و الأخلاقي<sup>1</sup>

ثالثا : التعلم و نقل لاثراث الإجتماعي :

بدأت الإذاعة تلعب دورا أساسيا في التعليم بافشتراك مع التلفزيون فيبدو واضحا لنا اليوم حالة المدارس وشاكلها من حيث نقص الأساتذة و الإمكانيات و تزايد عدد الطلبة ، فيستطيع الراديو المساهمة في تعليم المواطن حتى بعد الإنتهاء من الدراسة ، ليس هذا فقط بل إنه بإستطاعته أيضا أن يهتم بمختلف أوجه النشاط المهني ففي كثير من الدول برامج إذاعية متخصصة توجه إلى هذه الفئات أو تلك في عالم العمل ، فتقدم لهم كل جديد في مجال عملهم و آخر الإكتشافات و المخترعات في ميادين العلم و التكنولوجيا و آخر النظريات و الإتجاهات الفكرية و الفنية .

كما تقوم افذاعة بافشتراك مع العائلة و المدارس ووسائل الإعلام الأخرى بدور هام في عملية التطبيع و التنشئة الإجتماعية وذلك بنقل أنماط السلوك المقبول والقيم الشائعة مما يساعد على إكتساب ثقافة ( جماعته وأساليبها الإجتماعية .

رابعا : الإعلان :

<sup>1</sup> محمد منير حجاب ، الإتصال نشأتها و تطورها ، ص 180.

الإعلان هو عبارة عن أخبار تنبئها الإذاعة وذلك بقصد الإعلان عن سلع جديدة أو الترويج لسلعة قائمة أو الدعاية لمؤسسة وذلك نظير أجر متفق عليه بينها وبين المؤسسة المروجة لها.<sup>1</sup>

## المبحث الثاني:

### واقع العلاقات العامة بالإذاعة المركزية الجزائرية :

المطلب الأول : لمحة تاريخية عن الإذاعة المركزية الجزائرية .

تم إفتتاح الإذاعة الجزائرية في 21 جويلية 1986 و يقتضى المرسوم رقم 86 / 150 ثم وضعت اللجنة الأولى لمؤسسة الوطنية للإذاعة الصوتية ( E.N.T.S ) و المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري ( E.N.P.A ) و مع إنشاء المؤسسة الوطنية للإذاعة الوطنية حولت لها جزء من الهياكل و الوسائل و الأملاك و الأعمال المستخدمين الذين كانت تحوزهم الإذاعة و التلفزيون الجزائري و استرادها و بثها و هذا وفق مرسوم 150/86 المؤرخ في تاريخ 01 جويلية 1986 بالجريدة الرسمية على هذا الأساس نصت المادة الأولى بقرار إنشاء الوارد في الجريدة الرسمية المذكور سابقا و في الباب الأول و تحت عنوان تسمية هدف المقرر نصت إذن المادة الأولى على إنشاء مؤسسة عمومية ذات طابع إقتصادي و صبغة إجتماعية ثقافية تتمتع بالشخصية المعنوية و الإستقلال المالي تسمى بالإذاعة الوطنية تبث برامجها على مدار 24 ساعة و تضم ثلاث قنوات وطنية و يوجد مقرها ب 21 شارع الشهداء الجزائر ناطقة باللغة العربية على وسائل البث التالية :

F.M.OM.Internet

<sup>1</sup> محمد منير حجاب ، المرجع السابق ، ص 182.

## و الأقمار الصناعية الأتية -Nilesat 1.NSSA.Hatbuird- Arabsat

المطلب الثاني : هياكل الإذاعة المركزية بالجزائر

بموجب مرسوم التنفيذي الصادر بـ 20 أفريل 1991 تحولت تسمية

الإذاعة من مؤسسة وطنية للبث الإذاعي المسموع إلى مؤسسة

عمومية للبث الإذاعي المسموع ذات طابع صناعي تجاري<sup>1</sup>

و قد نص هذا القرار الصادر عن وزارة الإتصال بوضع تنظيم

داخلي ذو منهجية جديدة لهيكل المؤسسة الإعلامية العمومية

الإذاعي المسموع معتمدا على مبدأ التخصص حسب طبيعة العمل

بعدما كانت قنوات إذاعية متعددة و مستقلة عن بعضها البعض

للأقمار و البث و التسيير<sup>2</sup>

إن التنظيم الداخلي الجديد للمؤسسة الإذاعة الوطنية الذي إرتأى

إعادة الهيكلة و لم يختلف عن التنظيم السابق من حي البنية وإنما

يختلف في مهام كل هيئة تطبيقا لقرار الصادر الجريدة الرسمية

المؤرخ في 24 يناير 1987 حيث تشمل الإذاعة الوطنية

الموضوعة تحت سلطة المدير العام على الهياكل التالية :

مديرية البرامج الإذاعة الوطنية .

مديرية البرامج الإذاعة الدولية .

مديرية مصالح التقنية و التجهيز.

مديرية الإدارة العامة .

<sup>1</sup> نور الدين تواتي ، نفس المرجع السابق ، ص 153

<sup>2</sup> إذاعة وطنية الجزائر 15/04/2010. 14:30 Tags/wapher del.icio.us

## مركز استغلال الحصص الإذاعية .

الوحدات الجهوية و لكن إختلفت الهياكل التنظيمية للإذاعة العمومية . من قبل سنة 1990 حيث كان لكل قناة الثلاثة مدير خاص به تسير نفسها بنفسها أما حاليا فالمدير العام يتحكم في تسير القنوات و الشكل الآتي يوضح التنظيم الداخلي للإذاعة الجزائرية لسنة 2008 حيث تتكون الإذاعة من تسع مديريات مركزية بإشراف المدير العام<sup>1</sup>:

---

<sup>1</sup> نور الدين تواتي ، نفس المرجع ، ص156.